

**IMPLEMENTASI SISTEM DISKON
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH CUSTOMER
PADA PENJUALAN PRODUK MS GLOW AFIN DI PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

DEVANI SEVTI YOLANDA
NIM: E20182173

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2022**

**IMPLEMENTASI SISTEM DISKON
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH CUSTOMER
PADA PENJUALAN PRODUK MS GLOW AFIN DI PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

DEVANI SEVTI YOLANDA
NIM: E20182173

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Dosen Pembimbing



Dr. Roni Subhan, S.Pd, M.Pd.
NIP: 197103062005011001

**IMPLEMENTASI SISTEM DISKON
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH CUSTOMER
PADA PENJUALAN PRODUK MS GLOW AFIN DI PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah Satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 11 November 2022

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197308301999031002



Siti Indah Purwaning Yuwana, M.M.
NIP. 198509152019032005

Anggota:

1. Dr. Fauzan S.Pd., M.Si.
2. Dr. Roni Subhan, S.Pd. M.Pd.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ... ﴿٢٧٥﴾

“..dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Al-Qur'an, 2:275.

PERSEMBAHAN

Segala puji Bagi Allah yang telah memberikan kemampuan dan kekuatan badan dan pikiran dalam penyelesaian tugas akhir (skripsi) akademika perkuliahan pada tingkat strata 1 ini. solawat dan salam Allah senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad Saw beserta keluarga dan para sahabatnya. Dan terkhusus, tugas akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua bapak dan Ibu yang menjadi inspirator, motivator, dan orang terkasih yang tiada pamrih memberikan restu kepada saya untuk belajar hingga tataran strata 1 ini.
2. Segenap saudara kandung baik kakak ataupun adik yang senantiasa menghibur dan menemani kehidupan ini
3. Segenap teman dan orang-orang terkasih yang selalu menjadi suport sistem di dalam perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah saya ucapkan atas segala nikmat yang Allah berikan kepada saya, baik kenikmatan yang berupa kenikmatan sehat, kenikmatan sempat, kenikmatan iman, takwa dalam kehidupan yang sementara ini. solawat serta salam-Nya senantiasa terpanjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad beserta keluarga dan para sahabatnya serta para umatnya. *Amin ya rabbal alamin*

Pada dasarnya penulis menyadari bahwasanya di dalam kegiatan penulisan tugas akhir ini bukan hanya kontribusi dari penulis sendiri, namun juga ada banyak tangan yang membantu di dalamnya, untuk itu ucapan terima kasih penulis ucapkan secara tertulis kepada:

1. Prof. Dr H. Babun Suharto, S.E, MM selaku rektor dari kampus Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas gedung perkuliahan yang memadai dan baik dalam menunjang perkuliahan.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengelola dan menerapkan kurikulum perkuliahan yang sesuai dengan fokus jurusannya.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS JEMBER yang telah menyetujui judul skripsi ini.
4. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah yang telah memberikan pelayan Prodi yang baik dan mengelola perkuliahan yang baik dalam mencapai tujuan perkuliahan.

5. Bapak Dr. Roni Subhan, M.Pd, S.Pd selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan ruang diskusi selama penyusunan dan penyelesaian tugas akhir ini.
6. Segenap tenaga pengajar, jajaran Dosen dan civitas akademika Fakultas dan Prodi yang telah memberikan bekal pengetahuan dan pengalaman kepada penulis mulai awal masuk perkuliahan hingga akhir sehingga penulis memiliki konstruksi pemikiran akademik yang baik
7. Afim Ms Glow Probolinggo yang telah memberikan izin dan secara rela memberikan kesediaannya untuk diteliti serta bekerja sama kepada penulis di dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Akhir kata, penulis juga menyampaikan bahwa penulisan tugas akhir ini juga tidak lepas dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan tugas akhir ini. Dan semoga naskah akhir ini dapat memberikan satu kemanfaatan kepada siapa pun yang membacanya. *Amin ya rabbal alamin*

Jember, 11 November 2022

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Devani Sevti Yolanda

NIM: E20182173

ABSTRAK

Devani Sevti Yolanda, Dr. Roni Subhan, S.Pd, M.Pd. 2022: *Implementasi Sistem Diskon Dalam Meningkatkan Jumlah Customer Pada Penjualan Produk Ms Glow Afin Di Probolinggo*

Penelitian ini mengambil tema diskon dalam kegiatan jual beli. Sebagaimana yang banyak ditemukan bahwa diskon dalam kegiatan jual beli telah menjadi satu fenomena yang menjamur dan bisa dikatakan selalu ada dalam setiap penyedia jasa jual beli baik penyedia jasa online maupun offline. Fenomena diskon inilah yang peneliti kaji dan uraikan dengan mengaitkannya kepada peningkatan jumlah customer di penyedia jasa jual beli Ms Glow Afin Probolinggo.

Fokus penelitian yang peneliti ambil adalah 1) Bagaimana sistem jual beli produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo? Dan 2) Bagaimana implementasi sistem diskon dalam meningkatkan jumlah customer pada jual beli produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo? Dengan tujuan penelitian adalah mendeskripsikan sistem jual beli produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo dan mendeskripsikan implementasi sistem diskon dalam meningkatkan jumlah customer pada jual beli produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo.

Penelitian ini dijalankan melalui pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Lokasi penelitian adalah Toko Ms Glow Afin Probolinggo baik toko Online maupun Offline. Teknik *Purposive* merupakan teknik penentuan subjek dan informan penelitian. Dalam menggali data penelitian ini menggunakan media Observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis kualitatif model Milles, Huberman, dan Saldana sebagai media analisis data lapangan serta triangulasi sumber sebagai metode mencari keabsahan data.

Sistem penjualan produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo dijalankan melalui penjualan langsung dan penjualan tidak langsung dengan jenis penjualan Trade selling dan Technical Selling. Sedangkan penataan penjualan dimulai dari perencanaan penjualan produk, teknik pemasaran dan promosi, hingga pengembangan usaha melalui perekrutan reseller. Sistem diskon dalam penjualan produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo diberikan dengan jenis diskon musiman dan diskon bonus. Dan dengan adanya diskon dalam penjualan produk Ms Glow di Ms Glow Afin tidak hanya memberikan peningkatan kepada jumlah customer, melainkan juga jumlah reseller-nya.

Kata Kunci: *Sistem Diskon, Peningkatan, Customer*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	30
1. Pemasaran	30
2. Sistem Diskon	32
3. Penjualan.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	46
B. Lokasi Penelitian.....	47
C. Subjek Penelitian.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Analisis Data	50
F. Keabsahan Data.....	51
G. Tahap-Tahap Penelitian	53

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian	56
B. Penyajian Data dan Analisis.....	59
C. Pembahasan Temuan.....	89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA

99

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matriks Penelitian
3. Pedoman Penelitian
4. Jurnal Kegiatan Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Dokumentasi Penelitian
7. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

No. Uraian	
Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	48



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran ialah suatu kegiatan yang sering dilakukan dalam kegiatan sehari-hari. Pemasaran atau biasa kita sebut dengan proses jual beli ini sangat penting untuk keberlangsungan perkembangan suatu produk. perkembangan dalam pemasaran suatu produk menentukan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk menentukan pemilihan produk yang dikonsumsi. Kegiatan belanja adalah kegiatan yang tidak lepas dari kehidupan manusia. Penjual menawarkan berbagai produk yang diharapkan dapat diminati oleh konsumen. Promosi merupakan salah satu cara yang diterapkan penjual dan penjual akan melakukan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen.²

Diskon atau potongan harga salah satu upaya dalam meningkatkan minat beli konsumen. promosi dengan melakukan pemberlakuan diskon merupakan salah satu cara yang ampuh untuk menarik minat konsumen. Seperti yang kita ketahui, produk perawatan seperti body care maupun skincare adalah salah satu produk yang sedang ramai atau marak di kalangan masyarakat.

Sistem diskon biasa disebut sebagai sistem potongan harga dimana pelanggan menerima potongan harga dari harga asli suatu barang tertentu. Pastinya sangat mengasyikkan bagi pembeli untuk mendapatkan barang-

² Denok Wahyudi Setyo Rahayu, "Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, Vol. 12 NO. 2 TAHUN 2019", (Blitar: Universitas Islam Blitar, 2019), 2.
(<https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas>).

barang tersebut. Diskon biasanya ditawarkan dalam kisaran 5-70%.³ Tujuan system diskon kutipan dari Arif Isnani ada beberapa tujuan diantaranya:⁴

1. Mendorong pelanggan untuk membeli produk sebanyak mungkin untuk meningkatkan penjualan.
2. Transaksi dapat fokus pada perhatian toko, dengan tujuan untuk dapat menyediakan lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas jangka panjang.
3. Ini merupakan peningkatan penjualan yang bertujuan untuk menarik transaksi penjualan pembeli.

Pada sistem penetapan diskon di Ms Glow Afin Probolinggo, dianalisis berawal dari sesungguhnya islam tidak mengharamkan seseorang untuk jual beli dengan cara apapun kecuali cara yang dilarang oleh Allah atau juga transaksi yang mengandung unsur *tadlis*. *Tadlis* adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak.⁵

Dan pelaksanaan sistem diskon terhadap pembeli/konsumen terhadap semua merk produk tak terkecuali produk baru atau produk stok lama yang dilakukan setiap ada event tertentu tidak melanggar hukum syariah.

Ketentuan sistem harga diskon dalam hukum ekonomi syariah diperbolehkan sebagai suatu transaksi selama hal tersebut tidak menyebabkan kemudharatan pada penjual maupun pembeli. Dalam istilah marketing, diartikan sebagai sistem harga rendah yang diberikan oleh penjual kepada pembeli atas suatu jasa tertentu, untuk mendorong manusia melakukan

³ Denok Wahyudi Setyo Rahayu, "Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, 3.

⁴ Irnalailatul fitria Devi, "Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang NO. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Dengan Sistem Diskon Di Stand Pameran (Sa Shoop) Royal Plaza Surabaya", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).

⁵ Syabbul Bachri, "Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam", Artikel Antalogi Kajian Islam vol. 15 No. 1, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2010), 15.

pembelian atau mempertahankan mereka melakukan aktivitas jual beli dengan penjual.⁶

Salah satunya ialah produk dari Ms Glow. Produk Ms Glow ini merupakan salah satu skincare serta body care yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat yang dikarenakan produk dari Ms Glow ini sudah mempunyai cabang-cabang Aesthetic Clinic yang tidak hanya menjual produk saja tetapi juga bisa melakukan perawatan wajah sampai dengan perawatan badan. Dan juga bisa melakukan konsultasi langsung ke dokter spesialis kecantikan di kliniknya. Produk Ms Glow sendiri ada berbagai macam, ada beauty product, body care, kosmetik dan juga ada produk sendiri khusus untuk balita dan juga pria. Ms Glow juga sangat memperhatikan para konsumennya.

Ms Glow juga sangat memperhatikan para konsumennya. Karena produk Ms Glow sudah dikenal luas oleh kalangan masyarakat entah dari artis maupun masyarakat biasa. Maka dari itu, Ms Glow menyediakan produk khusus untuk beberapa golongan seperti Ms Kids yang di khususkan untuk balita dan anak-anak seperti peralatan rambut, badan, sabun, sampai dengan sunblock untuk balita dan anak-anak.

Selain Ms Kids ada juga Ms Glow for Men. Ms Glow For men ini di khususkan untuk pengguna lelaki. Tidak jarang, pada masa sekarang ini lelaki juga tak kalah dengan Wanita yang juga mengharuskan dirinya untuk melakukan perawatan. Produk Ms Glow for men tidak jauh beda dengan produk Ms Glow biasanya namun yang membedakan ialah kandungannya.

⁶ Alma dan Dhoni Juni Priansi, "Manajemen Bisnis Syariah", 232.

Ms Glow sendiri telah memiliki ijin dari BPOM dan sudah bersertifikat halal. Hal ini salah satu yang memicu banyaknya masyarakat yang memilih Ms Glow untuk produk perawatan sehari-hari. Banyaknya pengguna Ms Glow ini ialah salah satu yang memicu berdirinya ratusan bahkan ribuan reseller dan agen resmi Ms Glow karena produk ini memiliki rekam jejak yang baik dan sudah terpercaya. Ms Glow ini sendiri didirikan oleh Maharani Kemala dan Shandy Purnamasari yang telah berdiri sejak tahun 2013.

Perbedaan skincare Ms Glow dengan skincare lain seperti Drw skincare yaitu Drw skincare merupakan brand yang menjual berbagai produk perawatan kecantikan wajah, perawatan tubuh, dan suplemen kesehatan. Didirikan oleh Dr. Wahyu Triasmara dan sudah mempunyai izin BPOM. Sedangkan perbedaan Ms Glow dengan Drw skincare yaitu Ms Glow mempunyai perawatan yang terbilang lengkap mulai dari perawatan wajah, perawatan badan hingga kaki, suplemen kesehatan, collagen drink minuman kecantikan dari dalam, suplemen penggemuk badan, suplemen untuk diet, perawatan untuk laki-laki dan bayi hingga anak-anak dan kosmetik-kosmetik lainnya.

Kelebihan dari Ms Glow yaitu kandungannya yang aman untuk Bumil dan Busui. Tidak hanya itu, Ms Glow tidak hanya dapat dilihat dari tingginya penjualan. Ada banyak review positif baik untuk produk hingga pelayanan klinik. Ms Glow memberikan kepuasan terhadap konsumennya seperti setiap pembelian satu paket Ms Glow akan mendapatkan gift seperti pouch make up dan setiap pembelian satu box minuman collagen akan diberi botol minuman.

Keunikan dari Ms Glow dengan skincare lainnya yaitu Ms Glow meluncurkan Ms Kids rangkaian produk skincare anak. Ms Glow Kids yang diperuntukkan untuk anak usia 0 bulan hingga remaja ini aman digunakan dan memberi perlindungan sesuai dengan kondisi anak Indonesia yang tinggal di iklim tropis. Ms Kids mengandung UV Protection, melembapkan kulit si kecil, tidak perih di mata dan tidak menyebabkan iritasi di kulit. Rangkaian produk Ms Glow Kids diantaranya yaitu daily baby cream, baby mild shampoo, bubble wash, vitamin dan telon cream. Jarang ditemukan di skincare lain yang meluncurkan produk untuk bayi hingga anak-anak.

Dalam penelitian ini, yang akan dibahas oleh penulis ialah salah satu agen resmi Ms Glow yang sudah mempunyai konsumen tetap dan sudah terpercaya di daerah Probolinggo dan sekitarnya. Yaitu, Ms Glow Afin.

Ms Glow Afin ini mempunyai cara pemasaran yang menarik salah satunya ialah menerapkan diskon dalam setiap pembelian produknya, entah bagi reseller maupun konsumen lainnya. Pada dasarnya, sistem diskon yang berada di pusat ialah 11% untuk pembelian produk-produk tertentu. Namun, di Ms Glow Afin ini mempunyai strategi marketing-nya sendiri. Yaitu, menerapkan diskon pada semua produknya sebesar 10%.

Tidak hanya itu, perbedaan Ms Glow Afin sendiri selain memberi diskon juga sering memberi gift untuk pembelinya, seperti pemberian box make up, pouch, gantungan kunci, dan sebagainya untuk memberi apresiasi kepada pembelinya karena telah membeli di Ms Glow Afin

Karena, salah satu hal yang menarik konsumen ialah harga yang terjangkau dan berkualitas. Meskipun Ms Glow Afin ini baru berdiri pada tahun 2019 yang awalnya menjadi reseller dan pada awal tahun 2021 sudah berganti menjadi member resmi Ms Glow. Ms Glow Afin ini sendiri memiliki target pemasaran yang ada di online shop maupun E-Commerce lebih tepatnya WA, Instagram, Shoppe, dll. Jadi, untuk promosi dan juga proses jual beli-nya kebanyakan melalui aplikasi tersebut. Ada juga offline storenya, namun untuk memperluas target market-nya Ms Glow Afin melebarkan sayapnya di aplikasi online tersebut untuk mempermudah mendapatkan pelanggan dan juga mempermudah mendapatkan pembeli dalam proses jual beli-nya.

Reseller dan member sendiri berbeda ketentuan dan pengertiannya, reseller sendiri bertanggung jawab penuh terhadap produknya dan diwajibkan membeli minimal 12 paket dalam setiap pembeliannya, sedangkan member masih harus berhubungan dengan distributor dan diwajibkan melakukan pembelian minimal 120 paket pada setiap pembelian.

Diskon tidak hanya meningkatkan jumlah customer tetapi juga mendapatkan omset penjualan yang meningkat sehingga keuntungan yang didapatkan bisa bertambah banyak. Setiap ada event Ms Glow Afin selalu mengadakan diskon entah itu diskon sebesar 5% - 10%. Karena itu Ms Glow Afin sudah mempunyai customer yang sudah berlangganan dan cukup banyak.

Diskon tidak hanya digemari oleh kalangan remaja saja tetapi para Ibu-Ibu juga tidak mau kalah untuk memburu diskon. Para customer Ms Glow Afin merasa puas dengan adanya diskon setiap bulannya, tidak hanya diskon

tetapi juga mengadakan gratis ongkir setiap pembelian satu paket Ms Glow lengkap dengan serum yang sesuai dengan kebutuhan customer.

Ms Glow Afin juga menyediakan drop ship untuk para reseller yang tidak memiliki barang. Mekanisme reseller dan drop shipper di Ms Glow Afin yang dilakukan sama-sama berpatokan pada pricelist yang telah diatur oleh supplier. Dropship sendiri mempunyai pengertian yaitu tidak perlu stok barang dan pengirimannya langsung di kirim dari Ms Glow Afin. Namun untuk pembayarannya melewati Drop shippernya.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem penjualan produk Ms Glow Afin di Probolinggo?
2. Bagaimana implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer pada penjualan produk Ms Glow Afin di Probolinggo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya ialah:

1. Untuk mengetahui sistem penjualan produk Ms Glow di Probolinggo.
2. Untuk mengetahui implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer pada penjualan produk Ms Glow Afin di Probolinggo.

D. Manfaat Penelitian

Pada suatu penelitian atau analisis sudah pasti terdapat manfaat dan kegunaan dari suatu penelitian adalah sesuatu yang sangat diharapkan, manfaat dari penelitian ini diantaranya ialah:

1. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang sistem penerapan diskon dalam sistem pemasaran.

2. Manfaat Teoretis

a. Bagi peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan melalui penerapan teori yang telah didapat di kuliah pada dunia nyata.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini berguna sebagai bahan masukan dalam membuat keputusan mengenai penerapan sistem diskon dalam meningkatkan jumlah customer.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat dan menambah wawasan dan informasi yang berkaitan dengan penerapan sistem diskon dalam meningkatkan jumlah customer.

E. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pembaca dalam membaca penelitian ini. Maka pada bagian ini peneliti memberikan definisi istilah yang berkaitan dengan judul ataupun rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Sistem Diskon

Sistem diskon sering digunakan oleh penjual dalam meningkatkan penjualannya karena dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.

2. Customer

Customer biasa disebut dengan Konsumen. Dalam KBBI konsumen ialah pengguna jasa atau pemakai barang produksi bisa juga di artikan sebagai pelanggan. Dalam hal ini, customer adalah orang yang melakukan transaksi pembayaran untuk memiliki produk tertentu, meskipun orang yang menggunakan produk tersebut adalah dirinya sendiri atau orang lain.⁷

3. Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan atau bisnis yang menjual produk atau layanan. Saat menjual, penjual atau penyedia barang atau jasa mengalihkan kepemilikan barang kepada pembeli pada harga yang ditentukan. Penjualan dapat dilakukan dengan cara yang berbeda, seperti penjualan langsung dan melalui perwakilan penjualan. Orang yang melakukan kegiatan penjualan disebut tenaga penjualan.

⁷ KBBI Online. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumen>.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah ter-publikasi atau belum ter-publikasi (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang dilakukan.⁸

1. Juan Junardi, 2017. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Skripsi ini membahas juga tentang sistem pemasaran dan potongan harga (discount). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran, potongan harga, dan tinjauan ekonomi syariah terhadap pemasarannya.

Dengan kemajuan perekonomian saat ini, hal ini mendukung berkembangnya persaingan usaha. Pengusaha perlu mengantisipasi perkembangan ini, besar, menengah, dan kecil. Situasi ini menyebabkan persaingan yang erat antar perusahaan untuk memasuki dan mempertahankan pasar. Tentu ada perusahaan yang tumbuh dan berkembang, namun ada juga perusahaan yang bangkrut dan tutup.

⁸ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. "Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah, 2018".

Strategi menjual produk dengan diskon dan bonus yang dijanjikan kini mulai ramai. Diskon bahkan ditawarkan hingga 70% membuat harga produk lebih murah dan masuk akal. Mereka bahkan menawarkan bonus dalam bentuk penambahan volume (konten) ke barang dagangan atau hadiah barang terkait barang dagangan. Pelaku ritel dapat mengukur seberapa besar insentif dan keputusan pembelian yang dibuat konsumen untuk membeli perilaku yang dihasilkan oleh promosi dengan harga diskon. Menentukan insentif yang dihasilkan oleh promosi yang efektif memerlukan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi memperoleh, mempertimbangkan, dan membuat keputusan yang tepat tentang pembelian produk tertentu.

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi dan bentuk-bentuk yang mempengaruhi akan membantu pihak manajemen untuk mengevaluasi strategi pemasaran, khususnya strategi promosi yang ditetapkan, sehingga dapat mengembangkan strategi pemasaran atau promosi yang lebih efektif dari sebelumnya. Poin yang perlu diingat ketika merumuskan strategi, tentunya hal ini dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Pertama, anda perlu memperjelas target pasar anda sehingga anda dapat memfokuskan segmentasi anda. Kejelasan produk yang ditawarkan untuk sumber data yang ditawarkan dengan desain dan promosi yang menarik untuk mereka.⁹

⁹ Juan Junardi, "Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga (Discount) Produk Pakaian Di Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, 2017).

2. M. Iksan, 2017. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung. Skripsi ini memiliki tujuan ialah supaya masyarakat mengetahui bagaimana praktik jual beli dengan sistem diskon pada toko bata sesuai tidak dengan hukum islam dalam menetapkan ketentuan-ketentuannya. Metode penelitian terdahulu ini menggunakan metode kualitatif.

Hasil dari penelitian ini dapat ditemukan bahwa jual beli dengan sistem diskon ditinjau dari hukum islam khususnya di toko bata tidak dibolehkan karena sistem diskon yang diterbitkan secara diam-diam dan pembeli tidak mengetahui apakah itu di diskonkan langsung apa harganya dinaikkan terlebih dahulu baru di diskonkan.

Mengingat pesatnya pertumbuhan permintaan konsumen terhadap barang, maka barang tersebut semakin banyak baik jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong terjadinya perlombaan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan memproduksi barang yang sesuai dengan keinginan konsumen. Tujuan dari usaha pabrik batu bata adalah untuk meningkatkan hasil penjualan yang dicapai, perusahaan pabrik batu bata memiliki cara atau metode yang akan dijadikan pedoman khususnya dalam bidang pemasaran.

Bentuk potongan harga biasanya disebut sebagai bentuk diskon dimana pembeli menerima diskon dari harga asli suatu barang tertentu. Hal ini tentunya sangat menarik bagi pembeli untuk mendapatkan barang-barang tersebut. Dalam jual beli tentunya pembeli harus cermat dalam memilih harga barang yang akan dibelinya. Merupakan praktik umum

untuk membandingkan harga barang dari satu titik ke titik penjualan lainnya.¹⁰

3. Erza Kurnia Eranti, 2017. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Skripsi ini membahas tentang perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan mahasiswa dalam mengkonsumsi produk fashion yang dipengaruhi oleh pemberian potongan harga. Metode penelitian terdahulu ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survei.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu sarana promosi adalah potongan harga. Potongan harga adalah potongan harga suatu produk dan ditetapkan untuk jangka waktu tertentu. Perusahaan perlu menggunakan strategi penetapan harga dalam manajemen pemasaran mereka ketika memutuskan berapa banyak diskon yang akan diberikan kepada konsumen. Hal ini memungkinkan diskon ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tanpa merugikan produsen.

Selain itu, banyak perusahaan sekarang menawarkan diskon kepada setiap konsumen ketika mereka membeli dalam jumlah tertentu, yang secara langsung mengarah pada peningkatan daya beli, dan tentu saja, itu juga mempengaruhi perubahan perilaku konsumen, dan pembelian tanpa disadari. Tidak perlu, tapi karena keinginan dipengaruhi oleh strategi penjualan. Salah satu perilaku yang dapat terjadi akibat meningkatnya

¹⁰ M. Iksan, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Surakarta, 2017).

daya beli masyarakat akibat perilaku penurunan harga ini adalah perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ini merupakan suatu kondisi dimana konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Gaya hidup konsumtif ini terjadi hampir di semua lapisan masyarakat, terutama pelajar. Salah satu fenomena yang paling umum adalah perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya mahasiswa yang tinggal di kota-kota besar. Masalah ini juga menimpa sebagian besar pelajar di kota Palembang. Didukung dengan kondisi saat ini, kota Palembang telah banyak mengalami kemajuan dengan penambahan pusat perbelanjaan baru. Di Palembang, saat ini mall, kafe, dan outlet store yang menonjol dan menarik perhatian sangat mudah ditemukan. Tempat-tempat ini adalah simbol dari mahasiswa dan serikat pemuda saat ini.¹¹

4. Firstia Fauziah Indarjo, 2018. Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi ini memiliki tujuan untuk mengetahui pola-pola pemberian diskon yang dilakukan Matahari Departement Store, Centro Departement Store, dan Metro Departement Store dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang terlibat dalam pemberian diskon.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model diskon yang diterapkan Departement Store pada dasarnya sama yaitu pemberian diskon

¹¹ Erza Kurnia Eranti, "Pengaruh Potongan Harga Pada Produk Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Di UIN Raden Fatah Palembang", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2017).

gratis kepada konsumen, selain itu mereka juga menawarkan diskon besar-besaran dalam upaya untuk menguras stok produk atau celana.

Yang menyebabkan dengan adanya persaingan di pasar modern, terdapat berbagai cara yang dilakukan pedagang agar barang atau jasanya dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, setiap Departement Store menawarkan barang atau jasa yang beragam. Pelaku usaha berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dalam menjalankan usahanya. Hal ini sejalan dengan tujuan bisnis seorang pelaku ekonomi yang mengejar keuntungan sebesar-besarnya dan bertujuan untuk memenangkan persaingan bisnis meskipun pelaku ekonomi menggunakan cara-cara yang melanggar etika dan hukum.

Seperti halnya semua pusat perbelanjaan, terutama merchandise Departement Store, semua perdagangan di Indonesia harus diatur dengan Undang-Undang. Dalam kegiatan perdagangan pasti ada yang menang dan kalah, yang menjadi dasar perlunya perlindungan pemerintah untuk menciptakan kenyamanan antara konsumen dan pedagang. Bisnis tumbuh jika konsumen tidak membeli produk, dibandingkan ketika para ekonom menyediakan platform bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka dan konsumen adalah sumber pendapatan bagi para ekonom.¹²

¹² Firstia Fauziah Indarjo, "Pemasaran Dengan Sistem Diskon: Studi Perlindungan Bagi Konsumen Di Matahari Departement Store, Centro Departement Store, Metro Departement Store Di Surakarta", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

5. Juwanto Edy Saputro, 2019. Fakultas Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam (IAIN) Metro, yang juga membahas tentang Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Pada penelitian terdahulu rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli di pasar Cendrawasih kota Metro menurut perspektif hukum ekonomi syariah. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah mengarah pada pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli. Jenis diskon yang digunakan adalah diskon tertulis dari 10%, 20%, hingga 30%. Diskon mendorong semakin banyak konsumen untuk mengunjungi toko untuk bertanya dan membeli produk yang di diskon.

Pemberian potongan harga dalam hukum ekonomi syariah harus sesuai dengan hukum islam, yaitu kejujuran, keterbukaan, dan kepatuhan terhadap syarat dan rukun jual beli. Jual beli membawa keuntungan besar bagi konsumen yang membelinya atau bagi semua orang yang terlibat dalam kegiatan jual beli tersebut.

Potongan yang digunakan adalah potongan cash back karena pelanggan merasa senang dengan potongan cash back tersebut. Dan ketika konsumen atau pelanggan yang telah menjadi pelanggan kami memberi mereka kupon, mereka lebih bahagia dan lebih menguntungkan dalam jangka panjang. Umumnya, konsumen perlu memberi nilai nominal tertentu untuk menerima uang kembali.

Diskon sering digunakan untuk menarik konsumen agar membeli dalam jumlah banyak. Keuntungan penjual adalah menjual dalam jumlah besar dapat mengurangi biaya produksi per unit. Manfaat bagi si pembeli adalah biaya pemesanan yang lebih rendah dan pembayaran unit yang lebih rendah dari umumnya.¹³

6. Shinta Srimenda Br. Ginting, 2019. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan. Skripsi ini membahas juga tentang pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian impulsif secara online pada pengguna Lazada di Kecamatan Pancur Batu.

Perbedaan penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kuantitatif pendekatan asosiatif. Dewasa ini perkembangan teknologi sangat pesat, dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat tak lagi khawatir akan interpretasi jarak, ruang, dan waktu. Saat ini, orang jarang berkomunikasi secara bertatap muka karena mereka sudah beralih ke percakapan tertulis. Orang-orang saat ini lebih cenderung menggunakan gadget untuk mengirim pesan, dan juga dapat berfungsi sebagai sumber informasi bagi konsumen, belum lagi internet telah menjadi pendukung penggunaan gadget.

Sederhananya, internet dapat dikatakan sebagai jaringan komputer dunia, yang semuanya berbicara dalam Bahasa yang sama. Salah satu konsekuensinya dari pesatnya pertumbuhan pengguna internet saat ini adalah model elektronik yang disebut dengan e-commerce.

¹³ Juwanto Edy Saputro, "Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019).

Teknologi internet memungkinkan bisnis untuk melakukan berbagai jenis kegiatan bisnis secara elektronik, seperti transaksi bisnis, fungsi operasi perusahaan, dan pertukaran informasi dengan konsumen dan pemasok, untuk menjaga hubungan dan menjual produk sebelum, selama, dan sesudah proses transaksi dan pembelian produk secara online. Kegiatan bisnis elektronik, yang biasa disebut sebagai e-business atau e-commerce, juga telah membawa beberapa manfaat bagi para pemangku kepentingan seperti produsen, penjual dan pembeli. Pembelian impulsif juga dikenal sebagai pembelian tidak terencana, adalah perilaku seseorang dimana dia tidak menyiapkan apa pun saat berbelanja.

Potongan harga merupakan fitur lain yang mendorong konsumen untuk berbelanja di Lazada. Di penghujung tahun 2017, online marketplace lain yaitu Shopee meluncurkan revolusi online dengan strategi serupa, akan tetapi dengan nama “Shopee Flash Sale” juga mendapat banyak perhatian konsumen. Pada juni 2018, shopee kembali menjadi sorotan konsumen dengan strategi slogan “Shake The Rain Of Gold”, yang menjadikan shopee sebagai online marketplace yang lebih menarik bagi konsumen.¹⁴

7. M. Farouqi Wildinata, 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung. Skripsi ini juga membahas tentang pengaruh potongan harga dan brand image terhadap impulse buying. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

¹⁴ Shinta Srimenda Br. Ginting, “Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online”, (Skripsi, Universitas Sumatera Utara Medan, 2019).

Manusia membutuhkan pakaian karena pakaian membawa berbagai keuntungan atau manfaat bagi pemakainya. Pakaian juga mencerminkan kepribadian pemakainya. Pakaian adalah salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi manusia selain pangan dan papan. Merek merupakan merek label yang penting bagi konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk pakaian. Pilihan label konsumen tergantung pada citra yang terkait dengan label tersebut.

Salah satunya ialah merek Wrangler Jeans, Wrangler Jeans merupakan salah satu merek yang paling favorit di kalangan pemuda khususnya di Bandar Lampung. Wrangler tidak hanya menjual jeans tetapi juga pakaian dan lain sebagainya. Wrangler di Bandar Lampung mempunyai 4 toko diantaranya Boemi Kedaton, Shopping Mall, Chandra Supermarket dan Tanjung Karang Store, Centre Point, dan Kartini Shopping Mall. Tak heran jika gerai/toko tersebar di seluruh Indonesia. Wrangler merupakan salah satu produk yang diinginkan masyarakat Indonesia, harganya tidak begitu mahal dan kualitasnya yang bagus.

Upaya meningkatkan kehadiran kami di dunia bisnis dengan menawarkan promosi yang menarik, merilis model-model terbaru untuk menarik konsumen untuk kembali, seperti harga diskon, penerapan promosi diskon, dan daya tarik konsumen. Berbagai pilihan, kondisi, dan pertimbangan yang mendasari perbedaan setiap individu ketika mengambil keputusan untuk membeli produk yang di diskon.

Perilaku konsumen umumnya mempertimbangkan anggaran yang tersedia untuk keputusan pembeli suatu produk dibandingkan dengan harga produk, dan konsumen membuat keputusan diskon berdasarkan kualitas produk, sehingga diskon sudah pasti akan dibeli. Konsumen yang berbelanja karena desakan biayanya tidak mempertimbangkan untuk membeli suatu produk. Anda hanya tanpa sadar membeli dari minat anda pada produk, tanpa memikirkan konsekuensinya.¹⁵

8. Denok Wahyudi Setyo Rahayu, 2019. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Blitar. Skripsi ini membahas tentang sejauh mana keterkaitan antara penerapan diskon dalam menarik minat beli konsumen di Matahari Departement Store Kediri Town Square. Metode penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan diskon dapat memberi dampak minat beli bagi konsumen produk pakaian di Matahari Departement Store. Diskon menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk pakaian di tempat tersebut.

Belanja ialah kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang. Berbagai produk yang ditawarkan penjual diharapkan dapat menarik minat pembeli. Penjual berusaha untuk menarik perhatian konsumen sebagai pembeli produk dengan berbagai cara. Promosi adalah platform yang digunakan oleh penjual untuk tujuan menciptakan minat beli yang menguntungkan. Promosi adalah upaya pemasaran atau penjual melalui komunikasi dengan

¹⁵ M. Farouq Wildinata, "Pengaruh Potongan Harga Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

pembeli potensial. Komunikasi ialah proses memberikan ide, informasi, atau emosi kepada audiens sebagai pembeli potensial.

Berbagai cara pemberian diskon digunakan untuk memotivasi konsumen agar membeli. Konsumen dapat memilih metode diskon yang mereka sukai. Konsumen juga dapat menyesuaikan dengan kebutuhannya. Konsumen mendapatkan potongan harga walaupun hanya membeli satu potong pakaian. Studi telah menunjukkan bahwa minat konsumen untuk membeli berkurang secara signifikan. Namun, diskon tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian anda. Minat beli, di sisi lain, memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁶

9. Annur Fatma Arsyani, 2019. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara potongan harga belanja online terhadap perilaku konsumen.

Indonesia adalah negara berkembang dengan target pemasaran potensial baik untuk perusahaan lokal maupun internasional, dengan Indonesia memiliki jumlah pengguna internet terbesar keenam dan Sulawesi selatan dengan jumlah pengguna internet terbesar ketiga di Indonesia. Jika sebuah bisnis ingin sukses di Indonesia atau Sulawesi selatan, maka harus melihat keunikan karakteristik konsumennya. Dalam

¹⁶ Denok Wahyudi Setyo Rahayu, "Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi", Vol. 12 No. 2 Tahun 2019", (Blitar: Universitas Islam Blitar, 2019) 2.
(<https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas>).

hal ini, unique trait adalah perilaku konsumen yang paling unik dibandingkan dengan kebanyakan konsumen lainnya.

Pelajar dan pengguna internet tidak dapat dipisahkan. Partisipasi siswa dalam penggunaan internet berarti siswa memanfaatkan berbagai pilihan di internet, terutama saat berbelanja. Belanja online dapat memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen, antara lain penghematan biaya, pengiriman barang langsung ke rumah, pembayaran melalui transfer bank, dan harga yang terjangkau. Secara umum, ada sesuatu yang mendasari keputusan pembelian konsumen, yang biasa disebut sebagai perilaku konsumen. Secara umum, perilaku konsumen dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irasional.¹⁷

10. Risky Hidayat, 2021. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Makassar. Pembahasan dari skripsi ini ialah tentang pengaruh variabel promosi, potongan harga dan pelayanan. Penelitian terdahulu ini menggunakan metode kuantitatif.

Menghadapi persaingan baru, setiap perusahaan memiliki semua keunggulan yang dibutuhkan untuk mempertahankan dan mengelola mereknya. Perusahaan dengan merek yang kuat akan lebih mudah untuk mulai memperluas merek mereka dan meningkatkan penjualan produk yang bernilai tinggi. Oleh karena itu, perlu dipahami unsur-unsur ekuitas

¹⁷ Annur Fatma Arsyani, "Pengaruh Potongan Harga Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar) (Skripsi, Universitas Negeri Makassar, 2019).

merek, yang hasilnya dapat digunakan untuk mendokumentasikan pengambilan keputusan dan strategi pemasaran perusahaan.

Promosi yang menarik, diskon yang murah, dan pelayanan yang berkualitas tentunya mengurangi kepercayaan konsumen untuk membeli dari perusahaan tersebut. Proses keputusan pembelian tergantung pada jenis keputusan pembelian. Misalnya, pembelian yang rumit dan mahal dapat menyebabkan pertimbangan lebih lanjut. Ada beberapa factor yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Setelah konsumen menanamkan produk yang mereka cari, ada beberapa hal lagi yang harus dilakukan. Misalnya, perhatikan harga produk, kualitas produk, masa garansi, dan tingkat kualitas layanan toko yang bagus atau kualitas layanan yang rendah. Kualitas layanan tidak konstan atau ketat, tetapi fleksibel dan dapat berubah.¹⁸

Tabel 2.1¹⁹

Persamaan Dan Perbedaan Penelitian

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Juan Junardi	Sistem pemasaran dan potongan harga (discount) produk pakaian di Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari	1.Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga 2.Sama-sama menggunakan metode kualitatif	Pada penelitian terdahulu ini meneliti system pemasaran dan potongan harga (discount) produk pakaian, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah	1.Sistem pemasaran pada Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari menggunakan sistem ritel, yaitu menjual eceran berskala besar 2.Potongan harga yang diberikan oleh Matahari

¹⁸ Risky Hidayat, "Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Giant Cabang Alauddin Makassar", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).

¹⁹ Sumber data penelitian terdahulu.

				implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer	<p>Departement Store Brylian Plaza Kendari mempunyai 2 bentuk, ada potongan harga langsung dari HO (Head Office) yang berlaku untuk barang DP (Direct Process) dan potongan harga yang diputuskan oleh supplier barang itu sendiri yang disebut barang-barang CV (Consumer's Vendor's).</p> <p>3. Menurut tinjauan Ekonomi Syariah terhadap pemasarannya sudah sesuai syariah karena adanya transparansi serta tidak adanya paksaan untuk berbelanja adapun potongan harga yang dilakukan oleh Matahari</p> <p>Departement Store Brylian Plaza Kendari telah sesuai dengan rukun dan syarat jual beli yakni adanya penjual dan pembeli, akad dan objek.</p>
2.	M. Iksan	Tinjauan Hukum Islam tentang jual beli	1. Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan	Pada penelitian terdahulu ini meneliti tinjauan	Jual beli dengan sistem diskon ditinjau dari hukum

		dengan sistem diskon.	harga 2.Sama-sama menggunakan metode kualitatif	hukum islam tentang jual beli dengan sistem diskon, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer	islam khususnya di toko bata tidak di bolehkan karena sistem diskon yang diterbitkan secara diam-diam dan pembeli tidak mengetahui apakah itu di diskonkan langsung apa harganya dinaikkan terlebih dahulu baru di diskonkan.
3.	Erza Kurnia Eranti	Pengaruh potongan harga pada produk fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam di UIN Raden Fatah Palembang	Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga	1. Pada penelitian terdahulu ini meneliti pengaruh potongan harga pada produk fashion, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer 2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survey	Hasil uji hipotesis diperoleh antara variabel X dan Y, yang menunjukkan nilai koefisiennya = 0,726. Setelah dikonsultasikan dengan tabel interpretasi 'r' produk momen, ternyata angka 'r' (0,202) hubungan variabel X dan Y terdapat korelasi yang tinggi yaitu $0,726 > 0,202$
4.	Firstia Fauziah Indarjo	Pemasaran dengan sistem diskon: studi perlindungan bagi konsumen di Matahari Departement	1. Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga 2. Sama-sama menggunakan metode kualitatif	Pada penelitian terdahulu ini meneliti pemasaran dengan sistem diskon, sedangkan	Pola-pola pemberian diskon yang dilakukan Departement Store pada dasarnya sama yakni diskon secara cuma-cuma kepada

		Store, Centro Departement Store, dan Metro Departement Store di Surakarta		penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer	konsumen, disamping itu juga memberikan diskon yang besar-besaran dengan tujuan untuk menghabiskan stok barang atau pakaian yang tidak laku dijual. Sedangkan perlindungan hukum terhadap konsumen mengacu pada peraturan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang bertujuan agar kewajiban dan hak-hak antara pelaku usaha dan konsumen berimbang dan adil.
5.	Juwanto Edy Saputro	Pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli di pasar cendrawasih kota Metro perspektif dalam hukum ekonomi syariah	1. Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga 2. Sama-sama menggunakan metode kualitatif	Pada penelitian terdahulu ini meneliti pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer.	Pada pasar cendrawasih dimana peneliti mengadakan penelitian maka ada dua toko yang memberikan diskon adalah 10%, 20%, 30%, dan 40% dengan alasan semakin besar diskonnya pasti orang tergoda. Sedangkan toko yang memberikan diskon tidak sesuai adalah toko voltus yaitu mencapai 50% sampai dengan 70%, dengan alasan

					barang tersebut merupakan season lama yang ditawarkan lima tahun lalu dengan stok terbatas.
6.	Shinta Srimenda Br. Giling	Pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian impulsif secara online (studi pengguna aplikasi lazada di Kecamatan Pancur Batu)	Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga	1. pada penelitian terdahulu ini meneliti pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian impulsif secara online, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer. 2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan asosiatif.	Bahwa diskon harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif. Pada perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil 0,382 yang artinya bahwa variabel independen diskon harga mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian impulsif sebesar 38,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain.
7.	M. Farouqy Wildinata	Pengaruh potongan harga dan brand image terhadap impulse buying (konsumen Wrangler di Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi islam	Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga	1. Pada penelitian terdahulu ini meneliti pengaruh potongan harga dan brand image terhadap impulse buying, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi	Variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap impulse buying hanya variabel potongan harga. Sedangkan variabel brand image tidak berpengaruh terhadap impulse buying.

				<p>sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer.</p> <p>2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.</p>	
8.	Denok Wahyudi Setyo Rahayu	<p>Penerapan diskon dalam menarik minat beli konsumen di Matahari Departement Store Kediri Town Square</p>	<p>1. Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga</p> <p>2. Sama-sama menggunakan metode kualitatif.</p>	<p>Pada penelitian terdahulu ini meneliti penerapan diskon dalam menarik minat beli konsumen, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer.</p>	<p>Bahwa penerapan diskon dapat memberi dampak minat beli bagi konsumen produk pakaian di Matahari Departement Store Kediri Town Square. Diskon menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk pakaian di tempat tersebut.</p>
9.	Annur Fatma Arsyani	<p>Pengaruh potongan harga belanja online terhadap perilaku konsumen (studi empirik pada mahasiswa pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga</p>	<p>1. pada penelitian terdahulu ini meneliti pengaruh potongan harga belanja online terhadap perilaku konsumen, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah</p>	<p>1. Potongan harga belanja online pada mahasiswa pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar berada pada kategori sangat tinggi sebanyak 25 orang.</p> <p>2. Perilaku konsumen pada mahasiswa pendidikan Ekonomi berada pada kategori sangat tinggi</p>

				<p>customer.</p> <p>2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi.</p>	<p>sebanyak 26 orang.</p> <p>3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara potongan harga belanja online terhadap perilaku konsumen.</p>
10.	Risky Hidayat	<p>Pengaruh promosi, potongan harga, dan pelayanan terhadap volume penjualan pada PT. Giant cabang Alauddin Makassar</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang diskon/potongan harga</p>	<p>1. Pada penelitian terdahulu ini meneliti pengaruh promosi, potongan harga, dan pelayanan terhadap volume penjualan, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer.</p> <p>2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif</p>	<p>Promosi dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan kecuali potongan harga yang berpengaruh negative dan tidak signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,712 artinya bahwa promosi bersama dengan potongan harga dan pelayanan memberi pengaruh sebesar 71,2% terhadap volume penjualan pada PT. Giant cabang Alauddin Makassar, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 28,8% adalah dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>

Sumber: Diolah Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan persamaan dan perbedaan antara penelitian yang terdahulu dan yang dilakukan saat ini, hasilnya

dapat digunakan sebagai acuan peneliti saat ini, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan variabel maupun objek penelitian terdahulu dan yang dilakukan saat ini.

Perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu ada yang menggunakan metode kuantitatif dan penelitian saat ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama meneliti tentang diskon.

B. Kajian Teori

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial dimana individu-individu kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran sekarang ini tak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan. Sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadi pembelian barang secara berulang.

Menurut Stanton Pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan

harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

b. Fungsi Pemasaran

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan manusia. Fungsi pemasaran dibagi menjadi tiga, yaitu:

1) Fungsi Pertukaran

Fungsi pemasaran yang pertama adalah fungsi pertukaran.

Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

2) Fungsi Distribusi Fisik

Fungsi pemasaran yang kedua adalah fungsi distribusi fisik yang dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk.

Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara baik melalui air, darat, udara, dsb. Penyimpanan produk mengedepankan menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3) Fungsi Perantara

Fungsi pemasaran yang ketiga adalah fungsi perantara untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang

menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fisik perantara antara lain seperti pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi/penggolongan produk.

2. Sistem Diskon

a. Pengertian Sistem Diskon

Secara umum, sistem diskon merupakan susunan dua kata yakni sistem dan diskon. Kedua suku kata ini merupakan suku kata yang berbeda dan tentunya memiliki makna yang berbeda. Oleh karena itu, untuk memahami definisi sistem diskon maka di perlu dijabarkan makna kedua suku kata tersebut,

Pertama, Sistem merupakan kumpulan dari elemen-elemen yang saling berhubungan dan berinteraksi secara keseluruhan untuk melakukan proses pencapaian suatu tujuan utama. Sebuah sistem dapat didefinisikan sebagai pendekatan prosedural dan pendekatan komponen, dan sistem dapat didefinisikan sebagai seperangkat prosedur dengan tujuan tertentu.²⁰

Menurut Gordon B. Davis dalam bukunya, sistem dapat bersifat abstrak atau fisik. System abstrak adalah susunan teratur dari ide-ide dan konsep-konsep yang saling bergantung. System fisik adalah sekumpulan elemen yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan.

Suatu system mempunyai karakteristik yaitu sebagai berikut:

²⁰ Julian Chandra W, "Pengembangan Sistem Informasi Penjadwalan Dan Manajemen Keuangan Kegiatan Seminar Dan Sidang Skripsi/Tugas Akhir, Vol. 3 NO. 1 Tahun 2017 ", (Bandung: Universitas Komputer Indonesia, 2017)

1) Mempunyai komponen

Komponen system adalah segala sesuatu yang merupakan bagian dari system. Komponen system dapat berupa objek yang nyata atau abstrak. Komponen dari suatu system, yang disebut subsistem, dapat berupa orang, objek, benda, atau kejadian yang berhubungan dengan system.

2) Mempunyai batas

Batasan sistem diperlukan untuk membedakan suatu system dengan system yang lainnya. Tanpa batasan system, sangat sulit untuk menggambarkan sebuah system. Batasan system menyediakan ruang lingkup untuk tampilan system.

3) Mempunyai lingkungan

Lingkungan sistem adalah segala sesuatu diluar system. Lingkungan system juga dapat bermanfaat atau berbahaya. Secara umum, lingkungan yang memungkinkan selalu dipertahankan untuk menjaga keberlanjutan system. Dengan demikian, lingkungan system yang berbahaya cenderung memiliki dampak minimal, bahkan jika dapat dihilangkan.

4) Mempunyai penghubung/antar muka

Komunikasi atau antarmuka adalah segala sesuatu yang bertanggung jawab untuk membangun jembatan Antara komponen system. Tautan atau antar muka adalah fungsi yang memungkinkan

setiap komponen berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain untuk menjalankan fungsi masing-masing komponen.

5) Mempunyai tujuan

Semua komponen dari suatu system harus dipelihara agar dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan dari system tersebut. Tujuan dari system adalah kondisi atau hasil yang harus dicapai system dalam jangka waktu yang lama. Dalam hal ini, tahapan merupakan hasil dari setiap langkah yang mendasari upaya untuk mencapai tujuan.

Kedua, diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.²¹ Menurut Basu Swasta potongan harga adalah potongan harga atau diskon dan penghargaan merupakan pengurangan dari harga yang ada.²²

Soemarso juga menjelaskan bahwa potongan penjualan atau potongan tunai adalah potongan harga yang diberikan apabila pembayaran dilakukan lebih cepat dari jangka waktu kredit.²³

Dengan demikian, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan sistem diskon adalah keterkaitan antara serangkaian pola potongan harga yang ditetapkan pada kegiatan jual beli dengan tujuan memperoleh hubungan interaksi yang lebih intens antara penjual dan pembeli.

²¹ Fandy Tjiptono, "Manajemen Jasa", (Yogyakarta: penerbit Andi, 2002), hlm. 166.

²² Basu Swasta, "OP, CIT", hlm. 152.

²³ Soemarso, "Akuntansi suatu pengantar", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002), 162.

b. Tujuan Sistem Diskon

Dalam transaksi perdagangan selalu melibatkan dua belah pihak, yaitu penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli yang menerima barang.²⁴ Syariat Islam membolehkan potongan dalam transaksi jual beli, potongan harga atau diskon adalah sah dalam syariah selagi berbentuk satu kebaikan hati dan tanda terima kasih penjual kepada pembeli ataupun karena alasan-alasan tertentu selama itu tidak dilarang.²⁵

c. Macam-macam Sistem Diskon

Menurut Philip kotler ada beberapa macam bentuk diskon yaitu:²⁶

1) Diskon Tunai

Diskon tunai adalah penurunan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya. Contoh yang umum adalah “2/10, net 30” yang berarti

bahwa pembayaran akan jatuh tempo dalam 30 hari, tetapi pembeli dapat mengurangi 2% jika membayar tagihan dalam 10 hari.

Diskon tersebut harus diberikan untuk semua pembeli yang memenuhi persyaratan tersebut. Diskon seperti ini biasanya digunakan dalam banyak hal industri dan bertujuan meningkatkan

²⁴ Enang Hidayat, “Fiqh Jual Beli”, Bandung: Remaja Rosdakarya Rosda, 2015, hlm. 155.

²⁵ Sami As Suailim, “Konsultasi Syariah www.Islamtoday.com.” Dikutip pada tanggal 10 April 2017 pukul 13.00 wib.

²⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “Manajemen Pemasaran”, Edisi kedua belas jilid 2, cetakan pertama, (Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 104.

likuiditas penjual dan mengurangi biaya tagihan dan biaya hutang tak tertagih.

2) Diskon Kuantitas

Merupakan penurunan harga-harga bagi pembeli dalam jumlah besar. Contohnya adalah \$10 per unit untuk kurang dari 100 unit : \$9 per unit untuk 1000 unit atau lebih

3) Diskon Fungsional

Diskon fungsional juga disebut diskon perdagangan ditawarkan oleh produsen kepada para anggota-anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu, seperti menjual, menyimpan dan melakukan pencatatan, produsen harus menawarkan diskon fungsional yang sama dalam masing-masing saluran.

4) Diskon Musiman

Diskon musiman merupakan penurunan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa di luar musimnya. Diskon musiman memungkinkan penjual mempertahankan produksi yang lebih stabil selama setahun.

5) Potongan

Potongan merupakan pengurangan dari daftar harga, misalnya: potongan, tukar tambah dan potongan promosi. Potongan tukar tambah adalah penurunan harga yang diberikan untuk menyerahkan barang lama ketika membeli yang baru.

d. Indikator Sistem diskon atau potongan harga menurut Kotler dan Keller²⁷

- 1) Diskon Musiman, yakni diskon musiman merupakan penurunan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa di luar musimnya. Diskon musiman memungkinkan penjual mempertahankan produksi yang lebih stabil selama setahun.
- 2) Diskon Bonus jumlah pembelian, Misalnya seorang pembeli membeli produk paling sedikit 10 unit, maka diberi potongan 5% dan kalau pembelinya kurang dari 10 unit tidak dapat potongan.
- 3) Penawaran *by one get one free*, yakni diskon untuk mendapatkan dua barang sekaligus, tapi biasanya diskon jenis ini hanya berlaku untuk produk sejenis.

e. Ketentuan Harga Diskon

Dalam kitab *Dlawabithu al-tsamani wa tathbiqatuhu fi aqdil bay* disebutkan bahwa wajib tertera harga awal pada barang yang akan di diskonkan. Dengan tujuan agar pengurangan harga dapat diketahui jumlahnya. Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba, sebagaimana pada kaidah fikih yang menyatakan bahwa:²⁸

²⁷ Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", edisi kedua belas, jilid 2 PT Indeks. Indonesia. hlm. 103.

²⁸ Menurut Hanafi dikutip Samir Abdun Nur Jaballahu, Dikutip pada Skripsi Erry Fitria Primadhani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon". UIN Malang, 2012. 103.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

3. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Sistem penjualan berarti serangkaian proses kegiatan penjualan, yaitu mulai dari penetapan harga jual sampai dengan pendistribusian produk kepada konsumen (pembeli).²⁹ Oleh karena itu, aktivitas penjualan, seperti menjual, dan juga membeli, terdiri dari serangkaian aktivitas yang mencakup penciptaan permintaan, pencarian pembeli, negosiasi harga, dan syarat pembayaran. Prosedur berikut memungkinkan untuk mengimplementasikan rencana penjualan yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha.

Menurut Philip Kotler, diterjemahkan oleh Ronnie A. Rusley dan Hendra dalam Marketing Management, konsep penjualan adalah sebagai berikut: “Penjualan adalah proses manajemen sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan. dan berbagi. . produk berharga dengan pihak lain”.³⁰

Dengan demikian sistem penjualan adalah Sebuah entitas bisnis yang dinamis yang terdiri dari berbagai bagian yang terhubung secara teratur dan berusaha untuk mencapai tujuan bersama adalah pemahaman tentang sistem. Dengan demikian, pengertian sistem

²⁹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 166.

³⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 8.

penjualan adalah upaya tunggal untuk mengalihkan hak atas benda, yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna memperoleh keuntungan atau keuntungan.

b. Jenis-jenis penjualan

Menurut Murthy Sumarni dalam bukunya *Marketing Mix and Selling Customer Loyalty* dapat dibagi menjadi:

- 1) Penjualan langsung, di mana satu atau lebih pelanggan potensial didorong dan diyakinkan untuk membeli barang atau jasa atau bertindak berdasarkan ide-ide tertentu melalui komunikasi pribadi.
- 2) Penjualan tidak langsung, yaitu suatu bentuk penyajian dan promosi gagasan tentang barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, baliho, brosur, dan lain-lain.³¹

Basu Swasta dalam bukunya “Manajemen Penjualan” menjelaskan bahwa ada beberapa jenis penjualan yang populer di kalangan orang diantaranya:

- 1) *Trade selling*, penjualan yang terjadi ketika produsen dan pedagang grosir mengizinkan pengecer untuk meningkatkan distribusi produknya. Ini memengaruhi pedagang dengan promosi, demonstrasi, pengiriman, dan produk baru, jadi fokusnya adalah menjual melalui pedagang daripada menjual ke pembeli akhir.

³¹ Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta:Liberty, 2003), 321.

- 2) Mission selling *berusaha* meningkatkan penjualan dengan mendorong pelanggan untuk membeli barang dari merchant perusahaan.
- 3) Technical Selling, *yakni* berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan saran dan bimbingan kepada pembeli akhir barang dan jasa.
- 4) New Business Selling, *mencoba* membuka bisnis baru dengan mengubah calon pembeli menjadi pembeli seperti perusahaan asuransi.
- 5) Responsive Selling, *yakni* Setiap penjual berharap dapat menanggapi pertanyaan pembeli melalui kontrol perutean dan pengikatan. Jenis pemasaran ini tidak menghasilkan penjualan besar, tetapi hubungan pelanggan yang baik menyebabkan pembelian berulang.³²

c. Rukun dan Syarat Penjualan

Jual beli memiliki rukun-rukun dan syarat-syarat yang harus dipenuhi agar jual beli tersebut dianggap syariat. Arcanum adalah jamak dari rucans. Pilar sesuatu berarti sisi terkuat, dan laso berarti apa yang harus ada untuk memenuhi kontrak dari luar. Ada empat pilar dalam jual beli, yaitu sebagai berikut:

- 1) Adanya penjual dan pembeli
- 2) Adanya *sighat* atau ijab Kabul

³² Basu Swastha, dan Irawan, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: Liberty, 1998), 47.

- 3) Adanya barang/benda
- 4) Adanya harga

Adanya syarat jual beli harus sesuai dengan apa yang telah dikemukakan di atas adalah sebagai berikut:³³

- 1) Penjual dan pembeli syaratnya yaitu:
 - a) Berakal agar tidak tertipu, orang yang gila atau bodoh tidak sah jual beli-nya.
 - b) Tidak dipaksa (dengan kehendak sendiri). Dalam artian sama suka.
 - c) Tidak mubazir (pemboros), karena harta orang yang boros itu di tangan walinya.
 - d) Balig (berumur 15 tahun ke atas). Anak kecil tidak sah jual beli-nya tetapi di sini ada pengecualian menurut para ulama kepada anak-anak yang sudah mengerti tetapi belum sampai umur dewasa mereka diperbolehkan berjual beli barang yang kecil-kecil.

- 2) Lafaz ijab dan Kabul

Para ulama fikih mengemukakan bahwa syarat ijab dan Kabul itu sebagai berikut:³⁴

- a) Orang yang mengucapkannya telah balig dan berakal, menurut Jumhur ulama, atau telah berakal menurut ulama Hanafiyah,

³³ Lukman Hakim, "Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam", (Erlangga, 2012) hlm. 111.

³⁴ Syamsul Anwar, "Hukum Perjanjian Syariah (Studi Tentang Teori Akad Dalam Fiqih Muamalah)", (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 143.

sesuai dengan perbedaan dalam syarat-syarat orang yang melakukan akad yang disebutkan di atas.

- b) Kabul sesuai dengan ijab, misalnya penjual mengatakan: saya jual buku ini dengan harga Rp. 20.000,- lalu pembeli menjawab saya beli buku ini dengan harga Rp. 20.000,- apabila Antara ijab dan Kabul tidak sesuai maka jual beli tidak sah.
- c) Ijab dan Kabul dilakukan dalam satu majelis. Artinya, kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topic yang sama.
- d) Ijab dan Kabul dapat dilakukan dengan empat cara berikut ini:
 - (1) Lisan, para pihak mengungkapkan kehendaknya dalam bentuk perkataan secara jelas
 - (2) Tulisan, adakalanya suatu perikatan dilakukan secara tulis. Hal ini dapat dilakukan para pihak yang tidak dapat bertemu langsung dalam melakukan perikatan
 - (3) Isyarat, suatu perikatan tidaklah hanya dilakukan oleh orang normal, orang cacat pun dapat melakukan suatu perikatan (akad). Apabila cacatnya adalah tunawicara, asalkan para pihak yang melakukan perikatan tersebut memiliki kemampuan yang sama
 - (4) Perbuatan, seiring dengan perkembangan dengan kebutuhan masyarakat, kini perikatan dapat pula dilakukan dengan cara perbuatan saja, tanpa secara lisan, tertulis ataupun

isyarat. Hal ini dapat disebut dengan ta'athin atau mu'athah (saling memberi dan menerima). Adanya perbuatan memberi dan menerima dari para pihak yang saling memahami. Hal ini sering terjadi pada proses jual beli di supermarket yang tidak ada proses tawar-menawar. Pihak pembeli telah mengetahui harga barang yang secara tertulis dicantumkan pada barang tersebut. Pada saat, pembeli datang ke meja kasir menunjukkan bahwa diantara mereka akan melakukan perikatan jual beli.

- 3) Barang atau benda yang dibeli syaratnya, yaitu:³⁵
- a) Suci. Maksudnya barang najis tidak sah dijual dan tidak boleh dijadikan uang untuk dibelikan, seperti kulit binatang atau bangkai yang belum disimak
 - b) Ada manfaatnya. Maksudnya tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada manfaatnya
 - c) Barang itu dapat diserahkan. Maksudnya tidak boleh menjual suatu barang yang tidak dapat diserahkan kepada yang membeli
 - d) Barang tersebut merupakan kepunyaan si penjual, kepunyaan yang diwakilkan atau diusahakan
 - e) Barang tersebut diketahui oleh si penjual dan pembeli

³⁵ Hendi Suhendi, "Fiqih Muamalah", (Depok: Rajawali Pers, 2017) hlm. 72-73.

- f) Tidak dibatasi waktu. Seperti perkataan kujual motor ini kepada tuan selama satu tahun, maka penjualan itu tidak sah karena jual beli merupakan salah satu sebab pemilikan secara penuh yang tidak dibatasi apapun kecuali ketentuan syara'.
- 4) Syarat yang terkait dengan harga, adapun syaratnya sebagai berikut:³⁶
- a) Harga yang disepakati antara penjual dan pembeli harus jelas jumlahnya
 - b) Jika jual beli benda itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang, maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan syara'. Salah satunya seperti babi
- d. Macam-Macam Penjualan

Adapun Ulama Hanafiyah membagi akad jual beli menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut:³⁷

1) Jual Beli Sahih

Yaitu jual beli yang disyariatkan secara asalnya rukun dan syaratnya terpenuhi, tidak milik orang lain, tidak ada khiyar di dalamnya serta adanya implikasi hukum, yakni pindahnya kepemilikan barang dan adanya penyerahan harga.

³⁶ Abdul Rahman Ghazaly, "Fiqih Muamalah", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010) hlm. 69.

³⁷ Ika Yunita, "Prinsip Dasar Transaksi Dalam Ekonomi Islam", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) hlm. 249-250.

2) Jual Beli Batil

Yaitu jual beli yang salah satu rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli yang objek akad tidak bisa di serah terimakan, seperti jual beli yang dilakukan anak-anak, orang gila, serta barang-barang diharamkan oleh syara' seperti babi, khamar, dan narkoba.

3) Jual Beli Fasid

Yaitu jual beli yang secara asal disyariatkan tetapi terdapat masalah pada sifat akad tersebut. Ulama Hanafiyah membedakan antara jual beli yang batal dengan jual beli yang fasid. Jika kerusakan dalam jual beli itu terkait dengan barang yang diperjual belikan maka hukumnya haram tetapi jika barang yang menjadi objek jual beli itu rusak sebelum serah terima akibat perbuatan penjual atau karna bencana alam, maka jual beli itu dinamakan jual beli fasid.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu berupa kata, tertulis atau secara lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati. Pendekatan penelitian ini terdapat pada buku prosedur penelitian suatu pendekatan praktik, Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa pendekatan merupakan metode atau cara dalam melakukan penelitian non-eksperimen yang dari segi tujuannya akan diperoleh jenis atau tipe yang diambil.

Pendekatan penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat mengetahui dan mendeskripsikan mengenai apa yang menjadi kendala dalam menarik konsumen atau meningkatkan jumlah konsumen pada penerapan sistem diskon dalam meningkatkan jumlah customer pada produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo.

Dengan menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu dimana penelitian ini dilakukan langsung dilapangan. Dengan metode kualitatif, metode kualitatif yaitu suatu penelitian yang berpola investigasi langsung antara peneliti, objek yang diteliti dan orang-orang yang berada di tempat penelitian. Pada penelitian kualitatif, teori sebagai pedoman agar penelitian tidak melenceng dari fakta lapangan.³⁸

³⁸Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. "Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah, 2018".

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Ms Glow Afin yang ber-alamatkan Desa Kaliacar Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo, sesuai dengan judul penelitian yaitu “Implementasi Sistem Diskon Untuk Meningkatkan Jumlah Customer Pada Penjualan Produk Ms Glow Afin Di Probolinggo” yang terletak di Desa Kaliacar Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena Ms Glow Afin mempunyai sistem diskon yang berbeda dengan Ms Glow lainnya. Dimana Ms Glow Afin mengikuti ketentuan dari pusat seperti diskon 11% hanya beberapa produk saja tetapi di Ms Glow Afin sistem diskonnya 10% untuk semua produk.

C. Subjek Penelitian

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menentukan sumber yang dituju. Orang yang dipilih tentunya orang-orang yang dirasa mengetahui apa yang akan kita teliti. Diharapkan dapat memberikan informasi sedalam-dalamnya, seluas-luasnya, dan sedetail mungkin tentang informasi yang hendak digali. Dalam hal ini yaitu, orang yang terlibat pada kegiatan pemasaran.

Dalam penelitian ini, subjek yang dijadikan sebagai sumber penelitian yaitu:

Tabel 3.1
Informan Penelitian

Nama	Kedudukan
Alfin Munawarah	Owner Ms Glow Afim Probolinggo
1. Wulan 2. Via 3. Utami 4. Decha 5. Putri Wulandari	Reseller Ms Glow Afim Probolinggo
1. Tiwi Fadila 2. Ahya Anisa 3. Ovilliyen Nur Misya 4. Riski Awalia 5. Vina Nur Aini	Customer Ms Glow Afim Probolinggo

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang bersumber dari penelitian lapangan, adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

1. Observasi

Observasi dalam penelitian kualitatif diharuskan terjun ke lapangan. Peneliti melakukan observasi keadaan di Ms Glow Afim perihal proses pelaksanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan hingga proses pelayanan kepada konsumen. Di dalam pengamatan ini peneliti melakukan observasi selama satu setengah bulan, terhitung sebelum peneliti menentukan informan hingga pengujian keabsahan data.

Peneliti ini menggunakan observasi non-partisipan yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan dimana peneliti tidak terlibat

langsung dan hanya sebagai pengamat independen.³⁹ Data yang akan diperoleh adalah data-data tentang sistem diskon yang dilakukan oleh Ms Glow Afin. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi via online dan juga observasi langsung terhadap Ms Glow Afin.

2. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan atau tanya jawab dengan maksud tertentu untuk mengumpulkan informasi. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak yaitu interviewer dan pihak yang memberikan jawaban. Wawancara dimaksudkan untuk dapat memperoleh suatu data berupa informasi dari informan, dan peneliti dapat menjabarkan lebih luas mengenai informasi tersebut melalui pengolahan data. Sehingga wawancara dapat memungkinkan peneliti agar mengetahui sistem diskon yang diterapkan Ms Glow Afin di Probolinggo.

Peneliti mewawancarai beberapa narasumber yang dianggap relevan dengan objek penelitian yaitu pemilik dan reseller Ms Glow Afin. Narasumber tersebut dianggap relevan karena berada dalam wilayah pemasaran atau orang yang merencanakan dan menjalankan secara langsung strategi pemasarannya. Data yang akan diperoleh adalah data-data tentang sistem diskon dalam meningkatkan jumlah customer.

³⁹ Ni Putu Intan Dan Marhaeni, "Pengaruh Modal Kerja, Jumlah Tujuan Negara, Jumlah Tenaga Kerja Dan Kurs Dollar Amerika Terhadap Nilai Ekspor Kerajinan Bali Di Pasar Internasional", E-Jurnal EP Unud, 8 (Agustus, 2015), 1006.

3. Dokumentasi

Tahap dokumentasi dilakukan untuk memperkuat data hasil wawancara dan observasi. Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa gambar, catatan, dokumen yang terkait dengan penelitian, serta rekaman suara, karena dokumentasi menunjukkan suatu fakta yang telah berlangsung. Dokumentasi ini, dilakukan dengan seizin informan. Data yang diperoleh adalah dokumentasi yang berupa foto, catatan lapangan, dan lain-lain.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu upaya dalam menguraikan suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan dan tatanan bentuk sesuatu yang diuraikan tampak dengan jelas terlihat dan mudah dicerna atau ditangkap maknanya. Hal ini dilakukan untuk menemukan kesimpulan dari hasil penelitian. Berhubung penelitian ini kualitatif maka analisis data seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan. Proses pengumpulan data dimulai dari mengelompokkan data yang telah diperoleh dari penelitian di lapangan, hasil wawancara, serta dokumentasi berupa buku, rekaman, gambar, dan lain sebagainya untuk diklasifikasikan dan dianalisis dari seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Analisis data menggunakan pendapat Milen dan Huberman, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data yaitu pemilihan, pengelompokan dan pemilihan data yang difokuskan pada hal penting sesuai tema dan polanya.

2. Penyajian data

Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya untuk menarik kesimpulan. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan atau sejenisnya. Biasanya penyajian data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

3. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hasil dari analisis data. Kesimpulan juga bisa dikatakan dengan hasil penemuan dari sebuah penelitian. Temuan dapat berupa deskriptif yang sebelumnya masih samar-samar, setelah diteliti menjadi jelas. Dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data adalah konsep yang menunjukkan kesahihan dan keadaan data dalam suatu penelitian. Tujuan dari teknik keabsahan data yaitu untuk meningkatkan keakuratan sebuah riset yang diteliti. Dalam keabsahan data penelitian menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu diluar data untuk kepentingan pengecekan atau perbandingan terhadap data itu. Alasannya Karena peneliti beranggapan bahwa triangulasi data lebih cepat dalam pengecekan validitas data dalam penelitian. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber.

Dengan triangulasi peneliti dapat melakukan pemeriksaan kembali temuannya dengan jalan membandingkan dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Disini peneliti memakai 2 Triangulasi yaitu Triangulasi sumber dan Triangulasi waktu antara lain:

1. Triangulasi Sumber dapat dilakukan dengan:
 - a. Membandingkan data hasil dari pengamatan dengan data hasil wawancara
 - b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
 - c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
 - d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas
 - e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.⁴⁰
2. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk validitas data yang berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Untuk mendapatkan

⁴⁰ Alfansyur Andarusni dan Mariyani, "Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial", *Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, No 2 (Desember, 2020), 149.

data yang sah melalui observasi peneliti perlu mengadakan pengamatan tidak hanya satu kali pengamatan saja.⁴¹

G. Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap Pralapangan

Pada tahapan ini ditetapkan apa saja yang harus dilakukan sebelum peneliti terjun ke lapangan objek studi penelitian. Terdapat 7 hal yang harus dilakukan dan dimiliki oleh seorang peneliti.

2. Menyusun rancangan penelitian

Mutu keluaran penelitian ditentukan oleh ketetapan rancangan penelitian serta pemahaman dalam penyusunan teori. Metode dan teknik penelitian disusun menjadi rancangan penelitian.

3. Memilih lapangan penelitian

Pemilihan lapangan penelitian harus mempertimbangkan apakah terdapat kesesuaian antara teori dengan kenyataan yang berada di lapangan. Penelitian dilakukan di Ms Glow Afin di Probolinggo. Pada penelitian ini akan diamati serta di verifikasi secara nyata pada saat penelitian berlangsung.

4. Mengurus perizinan

Dalam hal ini peneliti mencantumkan keinginannya untuk mengadakan penelitian. Hal ini diperlukan untuk kepentingan kelancaran penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini meminta izin kepada pihak

⁴¹ Bachtiar S Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal teknologi Pendidikan*, No 1 (April, 2010), 56.

Owner, setelah itu diserahkan kepada pihak kampus. Untuk mengetahui apakah penelitian ini diizinkan atau tidak.

5. Menilai keadaan lapangan

Menilai keadaan lapangan berarti mengenal segala unsur lingkungannya. Peneliti dapat mempersiapkan diri, baik fisik maupun mental, dan juga menyiapkan perlengkapan yang diperlukan.

6. Memilih dan memanfaatkan narasumber

Memilih dan memanfaatkan narasumber berarti memanfaatkan pengetahuan narasumber. Seperti halnya, masalah yang dituju oleh peneliti dan bersedia bekerja sama. Agar peneliti bisa menggali informasi lebih dalam tentang suatu masalah yang diinginkan. Sehingga mendapatkan data-data yang jelas dan tepat. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pemilik Ms Glow dan salah satu reseller Ms Glow Afin.

7. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Menyiapkan perlengkapan penelitian, tidak hanya perlengkapan fisik saja, tetapi juga alat dan perlengkapan penelitian yang diperlukan sebelum melakukan penelitian.

8. Persoalan etika penelitian

Setiap penelitian harus memiliki etika, sehingga sikap etika yang menyertai penelitian juga harus disesuaikan dengan kondisi lingkungan tempat penelitian. Peneliti harus hormat dan mematuhi nilai-nilai yang ada di tempat penelitian.

9. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah pekerjaan pra lapangan. Selanjutnya adalah tahap pekerjaan lapangan. Ada beberapa hal yang harus dipersiapkan yaitu:

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri

Misalnya penelitian yang berlokasi di Ms Glow Afin di Probolinggo. Maka peneliti perlu memahami latar dari penelitian tersebut. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penelitian sehingga strategi pengumpulan data yang dilakukan menjadi efektif.

b. Memasuki lapangan

Ketika memasuki lapangan, peneliti hendaknya menjaga hubungan antara peneliti dan subjek yang diteliti. Sehingga subjek peneliti dengan sukarela mau menjawab pertanyaan atau memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

10. Tahap analisis data

Tahapan terakhir dari prosedur penelitian adalah analisis data. Pada tahap analisis data dilakukan upaya untuk memperoleh makna dan arti yang lebih luas dan mendalam dari hasil penelitian yang dilakukan. Pada tahap ini peneliti memulai menyusun laporan dari hasil penelitian yang telah dianalisis dan ditarik kesimpulan.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran dan Objek Penelitian

1. Profil Berdirinya Ms Glow Afin Probolinggo

Ms Glow adalah produk perawatan kulit dan tubuh lokal yang didirikan pada tahun 2013 dan disetujui oleh BPOM. Sejak diluncurkan, produk ini sudah populer di kalangan pecinta kecantikan karena selain dari ragam produk yang ditawarkan, harga asli Ms Glow juga sangat kompetitif dan masuk akal. Selain itu, produk ini juga memiliki klinik kecantikan di Bali, Malang, Surabaya, Bandung dan Jakarta dan Ms Glow, kini sudah tersebar hampir di seluruh pulau Jawa.⁴²

Ms Glow Afin Probolinggo berawal dari usaha *homestore* (jualan rumahan) tahun 2019 dengan status masih reseller. Dengan status tersebut masih belum bisa membuat toko official sendiri. Kemudian pada tahun 2021 Ms Glow Afin resmi menjadi member resmi Ms Glow yang berada di kecamatan Probolinggo. Ms Glow Afin diprakarsai oleh Alfin Munawarah Seorang yang berasal dari Kecamatan Kraksan Kabupaten Probolinggo. Ide bisnis Ms Glow ini bergantung kepada toko online Ms Glow Afin dan kemudian memberika stok offline dengan tujuan memudahkan konsumen bisa membeli secara langsung.⁴³

⁴² <https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow>, diakses pada 02 Juni 2022

⁴³ Alfin Munawarah, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

2. Letak Geografis Toko Official Ms Glow Afin

Toko official Ms Glow Afin secara online dijalankan melalui media sosial Instagram (@msglow_afin), sedangkan toko official Facebook (Msglow Afin), Tiktok (@Msglow.afin) dan Shopee (msglow.afin11). Adapun toko official offline ber-alamatkan Desa Kaliacar Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo.

3. Toko Official Ms Glow Afin

a. Instagram

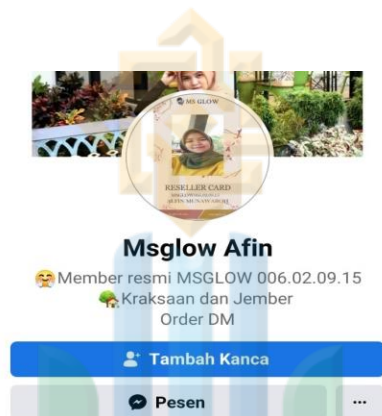
Jejaring sosial jenis ini sangat digandrungi banyak orang, penggunaanya sangat beragam mulai dari anak-anak, orang tua, pelajar hingga pengusaha. Jenis media sosial ini berfokus pada platform foto dan video pendek, yang semakin populer, sehingga dapat dibandingkan dengan Facebook dan Twitter. Meskipun pengguna Instagram sangat banyak, namun di media sosial Ms Glow Afin Probolinggo digunakan untuk mempromosikan produk baru, testimonial, promosi dan lainnya, yang berkaitan dengan Ms Glow.



Gambar 01 Akun Instagram toko Online Ms Glow Afin Probolinggo

b. Facebook

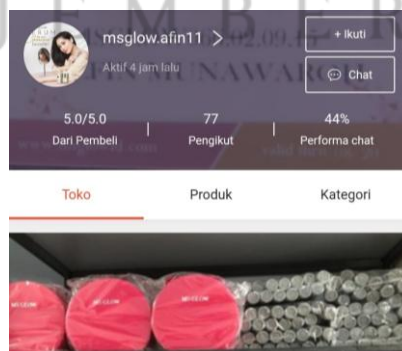
Facebook sendiri merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lain di seluruh Indonesia. Media sosial ini juga mirip dengan Instagram, Twitter, dll sebagai media sosial untuk berbisnis. Facebook masih tak terkalahkan.



Gambar 02 akun facebook Ms Glow Afin Probolinggo

c. Shopee

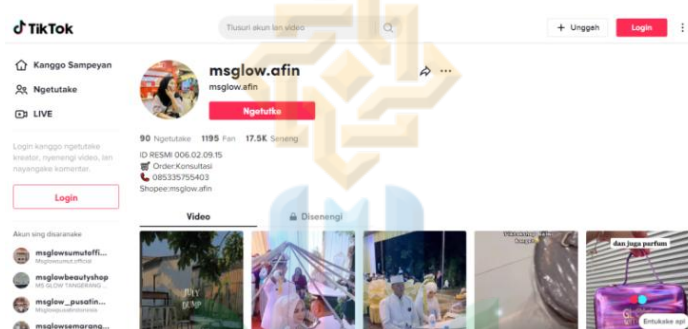
Shopee adalah platform yang dirancang untuk setiap wilayah, menawarkan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat kepada pelanggan dengan dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Pada platform inilah Ms Glow Afin memperoleh hasil hingga 80% penjualan, dengan akun sebagai berikut.



Gambar 03 toko official Ms Glow Afin Shopee

d. Tiktok

Tiktok adalah platform video pendek yang memungkinkan pengguna untuk bebas berimajinasi dan mengekspresikan ide mereka dalam bentuk video pendek, yang dapat dibagikan dengan semua pengguna Tiktok di seluruh dunia. Adapun akun official tiktok @msglow.afin.



Gambar 04 akun tiktok Ms Glow Afin

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Sistem Jual Beli Produk Ms Glow Oleh Ms Glow Afin Di Probolinggo

Sebuah sistem di ibaratkan sebagai tangga yang mengantarkan kepada tercapainya tujuan dari suatu proses. Begitu juga yang ada di dalam penjualan, yang mana harus memiliki sebuah sistem penjualan yang tertata guna tercapainya tujuan penjualan, yakni terjualnya produk yang dijual. Di dalam sistem penjualannya, Ms Glow Afin memiliki rencana dan pendekatan sehingga menjadi satu rangkaian sistem penjualan yang baik sebelum melakukan penjualan produk Ms Glow. Rangkaian rencana dan pendekatan yang pertama dilakukan adalah dengan menentukan target dari pembeli itu sendiri.

a. Owner Ms Glow Afin Probolinggo

Alfin Munawarah sebagai owner Ms Glow Afin menjelaskan bahwa terkait bagaimana cara membangun sistem penjualan yang baik adalah adanya target atau konsumen, bangun rasa kepercayaan dan berikan bukti kualitas dari produk yang di jual. Hal ini Alfin sampaikan dalam pernyataannya sebagai berikut:

“Hal pertama yang saya lakukan itu menentukan target pembeli mbak, karena setiap penjual pasti memikirkan ini. Nah Ms Glow ini kan target penjualannya relatif umum ya mbak, artinya semua kalangan masyarakat perempuan utamanya bisa menjangkau. Karena selain untuk kulit orang dewasa, remaja, Ms Glow juga menyediakan produk untuk anak-anak. Belum lagi ada produk untuk laki-laki, ya artinya produk ini lebih fleksibel dalam hal penjualannya harus ke siapa saja gitu.”⁴⁴

Alfin juga menjelaskan, bahwa dalam praktiknya kegiatan penjualan juga memerlukan strategi penjualan yang baik, karena sebagus apapun produk yang dijual jika tidak dibarengi dengan strategi pemasaran yang baik maka hal tersebut juga kurang tepat. hal tersebut ia tambahkan bahwa:

“Cara saya memasarkan dan menawarkan produk ini itu, pertama-tama saya menawarkan produk ini selayaknya penjual pada umumnya, promosi melalui toko yang saya punya, mulai toko offline dan toko online seperti ig-shop, Facebook, Market Place, Shopee serta aplikasi jual beli yang lainnya.”⁴⁵

Selain menggunakan strategi pemasaran 2 sisi *online* dan *offline*, dalam membangun sistem penjualan perlu tangan panjang yang membantu memperluas medan penjualan atau biasa di kenal dengan

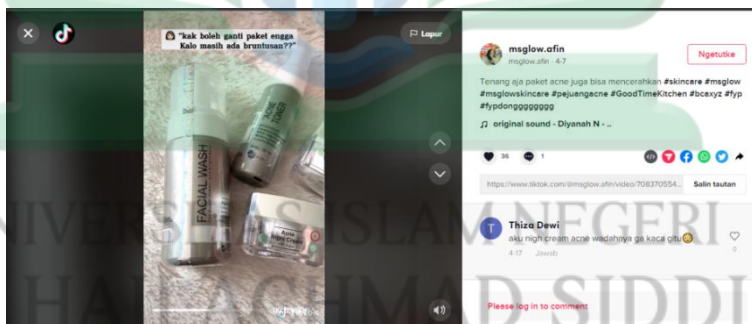
⁴⁴ Alfin Munawarah, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

⁴⁵ Alfin Munawarah, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

sistem *reseller*. Karena dengan adanya hal tersebut dapat membantu memperluas jangkauan *costumer*. Hal tersebut dijelaskan Alfin bahwa:

“Saya juga memiliki *reseller* mbk, yang mana pengambilan produknya rutin dan lumayan cukup banyak. mereka tahu bahwa saya menjual produk perawatan kulit melalui Instagram dan mulai berkomunikasi melalui WhatsApp, Namun harga reseller dan pembeli saja itu berbeda, karena reseller itu beli untuk di jual lagi sehingga mengenai harga jelas saya berikan berbeda.”⁴⁶

Terdapat 3 hal yang menjadi kata kunci terkait sistem penjualan yang dibangun oleh Alfin Munawarah selaku Owner Ms Glow Afin Probolinggo, yakni *pertama* dengan menentukan produk dan merencanakan pendekatan penjualan produk kepada target untuk membangun kepercayaan. *Kedua* membangun smart sistem penjualan yakni penjualan *online* dan *offline* serta mengajak dan membentuk sistem *reseller* untuk memperluas jangkauan pembeli.



Gambar 05 model promosi Ms Glow Afin melalui tiktok

b. Reseller Ms Glow Afin Probolinggo

1) Decha

Decha selaku *reseller* Ms Glow Afin Probolinggo, menjelaskan bahwa hal yang menjadi daya tarik dari Ms Glow

⁴⁶ Alfin Munawarah, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022.

sehingga orang memiliki minat untuk membelinya adalah keunggulan-keunggulan dari produknya. Hal tersebut dijelaskan oleh Decha dalam pernyataannya sebagai berikut:

..jadi gini mbk, yang menjadi salah satu keunggulan dari Ms Glow itu lebih luas jangkauan konsumennya mbk, sehingga untuk menjualnya pun relative lebih mudah dari pada produk lain sesama produk kecantikan kulit.⁴⁷

Selain memiliki jangkauan pembeli yang luas, Ms Glow tentu memiliki keunggulan lain dalam membangun sistem penjualannya. Sehingga mempengaruhi rasa kepercayaan kepada pembeli terkait produk yang dijual. Hal tersebut Decha tambahkan bahwa:

Kalau dalam hal ini itu terkait beberapa hal mbk, *pertama* keaslian produknya terjamin kalau di Ms Glow itu, *kedua* Id Card resmi dari Ms Glow kepada setiap penjual, yang diberikan juga bikin semakin nambah keyakinan pembeli, dan tentunya potongan ketika menjadi reseller itu mbk.⁴⁸

Kualitas dan jaminan produk memang sangat di perlukan dalam memberikan kepercayaan kepada pembeli, hal tersebut juga menjadi sebuah ketentuan dalam melaksanakan kegiatan jual beli.

Sehingga tidak ada yang dirugikan satu sisi, yakni dari pihak pembeli. Decha menambahkan penjelasan bahwa:

...ya kalau terkait sistem kerjanya itu sama dengan yang lainnya, ada beberapa pilihan sebelum menjadi reseller, mau pilih jenis reseller yang mana, namun semua itu mendapat perlakuan yang sama mbk, harga yang sama dan yang berbeda Cuma bonus yang diperoleh gitu, kalau harganya di pasar semua sama mbk gak ada yang lebih murah.⁴⁹

⁴⁷ Decha, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

⁴⁸ Decha, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

⁴⁹ Decha, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

Berdasarkan ketiga pernyataan Decha selaku reseller memberikan penjelasan bahwa produk Ms Glow memiliki keunggulan yang di tonjolkan dalam mengelola sistem penjualannya, yakni jaminan terkait keaslian produk Ms Glow yang di kelola melalui pemberian Id resmi, sehingga pihak pembeli tidak ragu dan khawatir terkait keaslian sebelum membeli produk tersebut.

2) Utami

Utami selaku reseller Ms Glow Afin Probolinggo memberikan penjelasan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadikannya bergabung ke dalam *reseller*, yang mana hal tersebut berkaitan dengan keunggulan dan keuntungan yang ditawarkan dari Ms Glow itu sendiri. Utami menjelaskan bahwa:

Yang menjadi daya tarik dari Ms Glow itu gini mbk, yaitu terdapatnya pilihan produk yang bisa disesuaikan dengan permasalahan kulit yang dihadapi, kayak kulit normal ada sendiri, kulit bermasalah seperti flek itu ada sendiri, dan kulit berminyak ada sendiri.⁵⁰

Ketersediaan berbagai pilihan kebutuhan kulit dan masalah kulit menjadi salah satu keunggulan lain dari Ms Glow. selain itu, Utami juga menambahkan terkait legalitas yang kuat juga di perhatikan oleh Ms Glow, sebagaimana yang Utami ungkapkan:

Terkait alasan tersebut tentu berkaitan dengan 2 hal mbk, pertama produknya, dan kedua jangkauan pasarnya. Ms Glow ini kan sudah terjamin kualitasnya baik BPOM

⁵⁰ Utami, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

maupun MUI dan ditambah lagi jangkauan produknya yang luas.⁵¹

Penjelasan Utami ini memperkuat penjelasan *reseller* sebelumnya, yang mana selain menjadikan Id resmi sebagai penjual produk, Ms Glow juga memberikan jaminannya terkait kualitasnya yang sudah di uji oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan serta sertifikasi dari Majelis Ulama Indonesia. Selain itu, sistem potongan juga memang menjadi sebuah sistem penjualan yang di berikan secara khusus kepada *reseller* maupun pembeli. Hal tersebut di ungkapkan oleh Utami sebagai berikut:

Kalau sistem yang mengikat itu tidak ada mbk, tapi kalau terkait pembelian produknya itu ada potongan dan tidak ada persaingan harga mbk, jadi antara reseller dan agen itu harga jualnya kepada costumer tetap sama mbk.⁵²

Dengan demikian, dengan adanya penyetaraan harga jual yang sama di pasar memberikan hak yang sama pula kepada penjual Ms Glow, baik dari pihak distributor maupun kepada *reseller*. Sehingga tidak memberikan satu kerugian yang berakibat kepada berkurangnya tingkat penjualan yang cenderung hanya ke satu sisi, baik distributor maupun ke pihak reseller.

3) Wulan

Wulan menjelaskan bahwa terdapat keamanan yang baik dari pihak Ms Glow terkait keasliannya, hal tersebut Wulan sampaikan dalam penjelasannya sebagai berikut:

⁵¹ Utami, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022.

⁵² Utami, *Wawancara*, Probolinggo, 03 Juni 2022

Keamanan dan kualitas tinggi yang diberikan mbak, soalnya banyak brand produk kecantikan itu tidak berani menjamin terkait itu, utamanya dalam hal keamanan produk dari kegiatan pemalsuan.⁵³

Selain itu, Wulan menambahkan bahwa berkat sistem penjualan yang baik memberikan pengaruh yang banyak kepada pihak pembeli untuk ikut bergabung dalam sistem penjualannya, hal tersebut Wulan ungkapkan dalam salah satu wawancaranya yang mana:

Awalnya saya pembeli mbak, nah karena saya cocok, saya ikut jualan produk ini di lingkungan saya, sehingga menjadi bisnis dan bisa berjalan, meski belum bisa nyetok barang, tp karena produk itu kualitasnya super bagus sedikit-sedikit bisnis saya berkembang juga, dan memiliki kesempatan menjual agak banyak.⁵⁴

Lebih lanjut lagi, Wulan memberikan penjelasan terkait pola kerja sama yang ditawarkan dalam sistem penjualan ketika menjadi *reseller*, yang mana dengan adanya pola tersebut memberikan keuntungan simbiosis mutualisme yang baik.

Sebagaimana yang Wulan utarakan bahwa:

Sistem kerja reseller di Ms Glow Afin ini ada 2 pilihan mbk, sistem reseller dengan cara membeli produk awal minimal 5 paket wajah dan yang satunya minimal 12 paket mbk, dan itu ada potongan harganya ketika mendaftar menjadi reseller mbk.⁵⁵

Dengan demikian dari ketiga pernyataan *reseller* Wulan memberikan penjelasan bahwa penjualan Ms Glow Afin sistem *reseller* dijalankan dengan pendekatan pengalaman yang diberikan

⁵³ Wulan, *Wawancara*, Probolinngo, 19 Juni 2022

⁵⁴ Wulan, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

⁵⁵ Wulan, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

dari kepercayaan yang dibangun oleh pihak distributor Afin, serta sistem kerja sama dengan keuntungan yang sama-sama dirasakan oleh kedua belah pihak.

4) Via

Via menjelaskan bahwa daya tarik sistem penjualan melalui *reseller* yang di bangun oleh Ms Glow Afin Probolinggo adalah:

Yang menjadi daya tarik itu manfaat yang diterima setelah memakai mbk, kan Ms Glow terdapat paketnya, nah satu paket itu fokus pada satu penyelesaian masalah kulit, dan ini yang menarik menurut saya dari Ms Glow itu.⁵⁶

Dengan sistem paket yang di berikan dalam sistem penjualan memberikan dampak yang baik terhadap kestabilan penjualan di pasar, hal ini dikarenakan dengan adanya hal tersebut memberikan satu solusi bagi satu masalah kulit yang ada di masyarakat. Selanjutnya Via menambahkan pernyataan yang sama bahwa;

Terkait alasan ini, kalau saya pribadi ya mbak, alasan saya itu karena pasar dari Ms Glow ini sendiri mbk, pasar dari Ms Glow itu stabil mbk, banyak daya belinya. Memang karena produknya yang bagus juga sih. Sehingga mempengaruhi pasar mbk.⁵⁷

Tambahan penjelasan Via memberikan pemahaman bahwa tingkat kestabilan penjualan di pasar pada dasarnya dipengaruhi oleh kualitas produk yang di pasarkan. Ketika produk itu memiliki kualitas baik maka daya tarik dan kepercayaan akan semakin besar.

Selain itu, perbedaan harga yang dibangun dalam sistem penjualan

⁵⁶ Via, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

⁵⁷ Via, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

melalui reseller juga memberikan penguatan kepada sistem kerjanya, hal tersebut Via jelaskan bahwa:

Ada perbedaan tersendiri mbk untuk reseller terkait sistem kerjanya, pertama terkait biaya beli produknya yang berbeda, kemudian tidak ada sistem target yang paling beda dengan yang lainnya mbk, sehingga tidak mengikat kepada para resellernya.⁵⁸

Dengan demikian, beberapa penjelasan Via terkait sistem penjualan dengan pola *reseller* memberikan pemahaman bahwa tidak ada sistem target yang ditentukan kepada setiap *reseller*. Sehingga hal ini lebih fleksibel dan tidak mengekang kepada setiap *reseller*-nya dari pada dengan adanya target penjualan yang ditentukan dari hasil perjanjian kerjasamanya dalam penjualan.

5) Putri Wulandari

Putri yang juga salah satu mitra kerja sama sistem penjualan Ms Glow Afin melalui sistem *reseller* memberikan penjelasan terkait kualitas produk yang ditawarkan yang terbilang lebih cocok dengan kulit orang Indonesia. Hal tersebut Putri

ungkapkan:

Ms Glow ini cocok mbk dengan kulit dan iklim di Indonesia, belum lagi banyaknya pilihan produknya, dan tentunya hasil yang diberikan setelah memakai rutin itu ya mbak, hemm benar-benar halus dan bening.⁵⁹

Lebih lanjut lagi, Putri menjelaskan bahwa memang kualitas dan jaminan yang kuat menjadi kepercayaan dari setiap

⁵⁸ Via, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

⁵⁹ Putri Wulandari, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

mitra mau bergabung menjadi mitra kerja sama Ms Glow Afin. Hal tersebut ia utarakan bahwa:

Ya Kalau Ini Relatif Sih Mbak, Karena Saya Kan Mahasiswa Dan Butuh Uang Jajan Gitu, Jadi Nyoba Konsul Ke Teman Dan Diajak Untuk Jadi Reseller Produk Ms Glow. Alhamdulillah mbk produknya berkualitas dan terjamin keasliannya, jadi yang beli itu banyak.⁶⁰

Selanjutnya, Putri mengungkapkan bahwa sistem penjualan yang bangun dalam penjualan distributor dan mitra tidak ada perbedaan, yakni dilaksanakan secara kolaborasi *offline* dan *online*.

Hal tersebut di utarakan oleh Putri bahwa:

Awal menjadi reseller saya hanya menjual lewat whatapps saja, kemudian diarahkan untuk membuat media lain seperti di Ig, Facebook, dan aplikasi toko online seperti shoope, tokopedia dan tiktok mbk.⁶¹

Dengan demikian, penjelasan Putri selaku mitra kerja sama Ms Glow Afin Sistem *reseller* memberikan tambahan penjelasan bahwa sistem yang di bangun oleh Ms Glow Afin berorientasi kepada kerja sama yang bertujuan untuk saling memberikan manfaat kepada sesama.

c. Costumer Ms Glow Afin Probolinggo

1) Tiwi Fadilah

Tiwi Fadilah salah satu costumer Ms Glow Afin Probolinggo menjelaskan bahwa awal dia mengetahui produk Ms Glow ini adalah melalui media sosial. Hal tersebut ia ungkapkan:

⁶⁰ Putri Wulandari, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

⁶¹ Putri Wulandari, *Wawancara*, Probolinggo, 19 Juni 2022

Saya tau produk Ms Glow ini dari teman mbk, teman saya kan ada yang memakai kok cocok gitu, kemudian saya di kasih nomor whatappsnya penjual produk Ms Glow ini. Mbk afin namanya, dan menjadi langganan sampai sekarang mbk.⁶²

Penjelasan Tiwi memberikan pemahaman bahwa sistem penjualan online memberikan dampak informasi yang baik bagi para customer-nya baik keperluan konsultasi maupun membeli produk. Selain itu, Tiwi juga menambahkan bahwa:

Hasil yang memuaskan tentunya yang saya rasakan mbk, dari hasil ini saya istiqomah menggunakan produk ini, selain banyak promo dan diskon sih.⁶³

Lebih lanjut lagi, Tiwi juga menambahkan pemahaman yang sama terkait sistem yang di bangun oleh Ms Glow Afin dalam mengelola penjualan yang ia lakukan. Tiwi mengungkapkan bahwa:

ya tentunya terkait promo yang diberikan mbk, secara kan saya mahasiswa gitu. Sehingga ketika ada promo baru saya beli produk Ms Glow ini mbk.⁶⁴

Dengan demikian, penjelasan Tiwi memberikan pemahaman terkait sistem penjualan yang dibangun oleh Ms Glow Afin, selain menerapkan sistem mitra melalui *reseller* juga menerapkan sistem diskon dalam menopang keberlangsungan penjualannya.

⁶² Tiwi Fadila, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2022

⁶³ Tiwi Fadila, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2022

⁶⁴ Tiwi Fadila, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2022

2) Ahya Annisa

Ahya Annisa yang juga salah satu costumer Ms Glow Afin mengungkapkan terkait sistem pemasaran lain yang basisnya buka media sosial. Ia mengungkapkan bahwa:

Saya sebenarnya korban testimoni teman mbk, teman saya ada yang rutin memakai produk Ms Glow, lihat hasilnya itu mbk saya jadi tertarik kemudian saya cari di shoope hehe.⁶⁵

Penjelasan Ahya memberikan penjelasan bahwa selain sistem penjualan melalui pemasaran media juga terdapat sistem pemasaran lain yang secara tidak sadar juga berpengaruh, sistem tersebut adalah sistem ajakan teman. Akan tetapi sistem ini akan berpengaruh jika produk yang di tawarkan memang memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut senada dengan penjelasan Ahya bahwa:

Tentunya terkait permasalahan kulitnya mbk, kan permasalahan kulit itu beda-beda, nah di Ms Glow ini sangat ramah dalam pelayanan konsultasi terkait permasalahan kulit. Selain itu ya produknya juga memang ada pilihannya sesuai dengan keluhan atau masalah kulitnya.⁶⁶

Lebih lanjut lagi, Ahya juga menambahkan penjelasan terkait pola sistem yang diterapkan dalam penjualan Ms Glow yang di gunakan oleh Ms Glow Afin, ia menjelaskan bahwa:

,yang saya sukai itu adanya banyaknya promo mbk, kesempatan dah kalau ada promo itu untuk beli stok yang sudah habis. Belum lagi diskon yang diberlakukan,

⁶⁵ Ahya Annisa, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2022

⁶⁶ Ahya Annisa, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2022

sehingga dapat dua mbk, dapat promonya dapat juga diskonnya.⁶⁷

Dengan demikian, dapat di pahami bahwa sistem penjualan yang dibangun oleh Ms Glow Afin mencoba memberikan pelayanan yang terbaik, dengan memberikan ruang konsultasi baik secara manual maupun media sosial. Hal ini tentu memberikan rasa hangat kepada pembeli dan berdampak yang baik dalam penjualan selain terdapatnya diskon yang diberikan.

3) Ovilliyen Nur Misya

Ovilliyen Nur Misya juga salah satu customer Ms Glow Afin menjelaskan bahwa:

Taunya dari tiktoks mbk, kan saya suka main tiktok gitu, pas scroll-scroll gitu pas testimoni produk Ms Glow, kemudian saya tanya-tanya hingga akhirnya saya membelinya juga.⁶⁸

Sistem penjualan secara *online* memang memiliki komoditas pasar yang lebih luas dibandingkan *offline*. Selain itu, juga lebih memudahkan dalam hal pemasaran yang di lakukan, hal tersebut senada dengan penjelasan Ovilliyen, bahwa:

Kalau saya pribadi itu karena jaminan produk dan kualitasnya mbk, karena banyak produk yang kurang memperhatikan itu, pas ada masalah ke kulitnya gak mau tanggung jawab. Makanya saya ketika beli itu ya memperhatikan itunya terlebih dahulu sebelum tanya-tanya produknya.⁶⁹

Senada dengan hal tersebut, Ovilliyen juga menambahkan:

⁶⁷ Ahya Annisa, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2022

⁶⁸ Ovilliyen Nur Misya, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

⁶⁹ Ovilliyen Nur Misya, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

Kalau mengenai pola penjualannya ya tentu pelayanannya yang menerima konsultasi baik sebelum dan sesudah membeli produk mbk, sehingga ketika ada sesuatu yang dirasa aneh itu langsung bisa dikonsultasikan gitu, kalau yang lain ya terkait diskon dan promonya itu mbk.⁷⁰

Dengan demikian, dari penjelasan Ovilliyen dapat dipahami bahwa sistem penjualan *online* memiliki keunggulan, yakni dengan cukupnya sekali memberikan ulasan baik berupa kata-kata atau video dapat dilihat oleh beberapa peminat dan mampu menarik peminat yang lebih banyak.

4) Riski Awalia

Riski yang juga salah satu costumer Ms Glow Afin juga memberikan penjelasan bahwa:

pada mulanya saya juga mengenal produk Ms Glow dari IG mbk, kemudian berlanjut ke whatapps dan kemudian mengikuti media sosial dari Ms Glow Afin ini.⁷¹

Penjelasan Riski memberikan tambahan penguatan terkait sistem penjualan yang di bangun secara online, mengingat era

sekarang memang dikatakan era yang tidak bisa lepas dari dunia media sosial sehingga hal ini menjadi dunia ke dua saat ini.

Selanjutnya, Riski menambahkan bahwa:

...yang membuat tertarik kalau saya pribadi itu kualitas hasil dari produknya mbk, kualitasnya bisa saya katakan bagus banget untuk kualitas kulit orang indonesia gitu, pass banget.⁷²

⁷⁰ Ovilliyen Nur Misya, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

⁷¹ Riski Awalia, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

⁷² Riski Awalia, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

Penjelasan Riski diatas memberikan makna bahwa, selain sistem penjualan yang baik, pihak penjual harus memberikan kekuatan keyakinan yang kuat terkait produk yang di jual. Masih dengan penjelasan yang sama, Riski menambahkan penjelasan bahwa:

Menurut saya ndak banyak mbak produk kecantikan yang berani menjamin keaslian produknya dari tindakan pemalsuan, ini yang saya sukai dari Ms Glow Afin ini. Karena pola penjualannya jelas, jadi tidak asal-asalan orang yang bisa menjual produk Ms Glow mbk, harus orang-orang yang benar-benar sudah terdaftar sebagai penjual yang memiliki id resmi dari perusahaan.⁷³

Dengan demikian dapat ditarik pemahaman bahwa, sistem penjualan yang di bangun oleh Ms Glow Afin lebih banyak dilakukan secara *online* terlihat dari berbagai sumber media yang menjadi rujukan para pembeli produk Ms Glow tersebut.

5) Vina Nur Aini

Vina yang juga salah satu costumer Ms Glow Afin

Probolinggo menjelaskan bahwa sistem penjualan online memberikannya peluang untuk menikmati khasiat dari produk Ms Glow. Vina mengungkapkan bahwa:

Saya kenal produk ini dari status whatapps mbk, karena serig lihat tiap hari jadi saya tertarik akhirnya komen, da konsultasi terkait kebutuhan kulit saya, Alhamdulillah cocok dengan kulit saya.⁷⁴

Pengelolaan sistem penjualan yang dilakukan secara online pada dasarnya lebih membutuhkan konsistenitas dalam

⁷³ Riski Awalia, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

⁷⁴ Vina Nur Aini, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

pengelolaannya, hal tersebut berkaitan dengan waktu-waktu yang tepat guna meyakinkan kepada para pembeli. Hal tersebut diungkapkan oleh Vina bahwa:

Kalau saya pribadi ya karena kualitas dan keaslian produknya yang terjamin itu mbk, karena setiap penjualnya menunjukkan sertifikat keasliannya sebagai penjual dari produk Ms Glow tersebut, dan tentunya serignya promo dan diskon ketika beli produk Ms Glow, selain kemudahan dalam hal komunikasi penjualan produk, Ms Glow Afin ini juga banyak promo dan bonus yang diberikan mbk.⁷⁵

Senada dengan pernyataan diatas, Via menambahkan bahwa:

Mungkin memang salah satu strategi penjualan ya, namun hal itu yang membuat saya selalu costumer menjadi tertarik dan menjadi langganan, alhasil selalu menunggu event promo dan diskon yang di keluarkan di setiap bulannya, hehe.⁷⁶

Dengan demikian dapat dipahami bahwa proses pembangunan sistem penjualan dalam menarik daya beli yang dilakukan oleh Ms Glow Afin dilakukan dengan pendekatan emosional berbasis konsultasi serta pemberian sistem diskon.

2. Sistem Diskon Dalam Meningkatkan Jumlah Customer Pada Jual Beli Produk Ms Glow Oleh Ms Glow Afin Di Probolinggo

Pada dasarnya pemberian sistem diskon dalam setiap transaksi penjualan produk umumnya merupakan sebuah strategi yang direncanakan oleh setiap penjual untuk menarik pembeli, selain itu adanya diskon pada sebuah produk terkadang bertujuan mengenalkan satu brand produk yang baru. Pemberian diskon pada transaksi penjualan Ms Glow Afin sendiri

⁷⁵ Vina Nur Aini, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

⁷⁶ Vina Nur Aini, *Wawancara*, Jember, 15 Agustus 2022

dalam pengamatan peneliti berjalan terbilang rutin, mulai dari diskon hari besar seperti ramadan yang berlangsung selama beberapa hari.⁷⁷

a. Owner Ms Glow Afin Probolinggo

Alfin Munawarah sebagai Owner Ms Glow Afin memberikan penjelasan bahwa sistem diskon pada dasarnya merupakan sebuah strategi dalam penjualan, sehingga hal tersebut sudah ada dalam setiap penjualan. Hal tersebut diutarakan oleh Alfin bahwa:

“Kalau terkait diskon itu pasti ada mbk, bahkan sebisa mungkin saya berikan mbk, entah itu berupa diskon di harga atau paket produk. Karena memang ketentuan dari pusat ada diskon yang harus diberikan yakni diskon 11%, namun itu hanya beberapa produk saja dan untuk produk yang lain saya memberlakukan diskon dengan sistem diskon 10%. Hal ini bertujuan untuk mengait pembeli dan menarik pembeli baru.⁷⁸

Selain diskon yang diberikan kepada costumer, sistem diskon juga berlaku bagi para mitra kerja yang bergabung dalam Ms Glow. hal inilah yang menjadikan Ms Glow lebih memudahkan dalam usaha perekrutan mitra kerja. Alfin menjelaskan bahwa:

Diskon kepada reseller juga ada mbk. Diskon tersebut berkaitan kontrak kerja yang sudah disepakati di manajemen Ms Glow, yakni potongan harga hingga 35% tergantung jenis reseller yang di ambil. Serta mendapatkan bonus yang berbeda di setiap paket resellernya.⁷⁹

Besarnya diskon kepada *reseller* pada dasarnya merupakan satu bagian ketentuan yang sudah ditentukan oleh pihak Ms Glow sendiri. Sehingga pada dasarnya hanya diperlukan pengelolaan waktu diskon

⁷⁷ Devani Sevti Yolanda, *Observasi*, Probolinggo, 20 Agustus 2022

⁷⁸ Alfin Munawarah, *Wawancara*, Probolinggo, 20 Agustus 2022

⁷⁹ Alfin Munawarah, *Wawancara*, Probolinggo, 20 Agustus 2022

saja oleh pihak ownernya terkait kapan pemberian diskon tersebut. Hal tersebut Alfin ungkapkan:

“biasanya pemberian diskon itu banyak di berikan ketika ada peristiwa atau hari-hari terkhusus mbak, kayak tahun baru, promo bulan ramadan, promo hari raya, hari valentine. Pokok hampir setiap hari besar itu selalu saya berikan promo atau potongan harga gitu mbk. Karena kalau ndak gitu ya toko kita akan kalah dengan toko yang lain”⁸⁰

Dari wawancara diatas memberikan beberapa informasi, *pertama* memang ada pola sistem diskon yang sudah di tetapkan oleh perusahaan dalam sistem kerja resellernya. *Kedua*, agen yang memiliki toko dan reseller boleh memberikan pola sistem diskon sendiri dalam memasarkan produknya. *Ketiga* sistem diskon yang dilakukan oleh Ms Glow Afin adalah dengan pemberlakuan sistem diskon berkala pada momentum-momentum tertentu, baik diskon yang diberlakukan untuk tokonya sendiri ataupun diskon yang diberikan kepada reseller.



Gambar 06 Diskon produk Ms Glow Afin Bulan Ramadan

b. Reseller Ms Glow Afin Probolinggo

1) Wulan

Wulan salah satu reseller menjelaskan bahwa sistem diskon yang diberikan oleh Ms Glow Afin memberikan manfaat yang baik

⁸⁰ Alfin Munawarah, *Wawancara*, Probolinggo, 20 Agustus 2022

dalam menarik minat costumer dalam membeli produk. Hal tersebut wulan ungkapkan:

Daya tarik ketika ada diskon tentu ada mbk, karena biasanya ketika ada diskon itu banyak costumer yang memang menunggu diskon untuk beli produk Ms Glow. sehingga dengan adanya diskon ini saya sendiri bisa memberlakukannya juga untuk di jual lagi.⁸¹

Penjelasan wulan tersebut memberikan pemahaman bahwa adanya diskon dari Ower Ms Glow Afin memberikan celah juga bagi para reseller untuk ikut memainkan peran diskon di pasar-nya sendiri. Sehingga hal tersebut berpengaruh kepada lebih banyaknya minat beli costumer. Wulan juga menambahkan bahwa dengan adanya diskon, dapat meningkatkan jumlah pembeli produk Ms Glow. sebagaimana yang Wulan ungkapkan bahwa:

Memang ada perbedaan mbk, ketika adanya diskon dalam penjualan Ms Glow, namun tidak namun tidak selamanya diskon itu ramai, karena memang pemberian diskon yang serentak itu banyak juga yang memberikan diskon di produk lainnya.⁸²

Lebih lanjut, Wulan menambahkan bahwa:

“Kalau terkait pengaruh dari diskon tentu ada mbk, dengan adanya diskon banyak awalnya hanya konsultasi tapi tidak bisa beli akhirnya bisa beli, dan hal itu tentu menjadi hal yang ditunggu-tunggu oleh para customer.”⁸³

Dengan demikian, dari wawancara dengan wulan dapat dipahami bahwa sistem diskon tersebut tentunya berkaitan erat dengan keberhasilan dalam menarik pembeli. Akan tetapi perlu

⁸¹ Wulan, *Wawancara*, Probolinggo, 20 Agustus 2022.

⁸² Wulan, *Wawancara*, Probolinggo, 20 Agustus 2022.

⁸³ Wulan, *Wawancara*, Probolinggo, 20 Agustus 2022.

strategi yang tepat dalam pemberian, baik diskon berskala momentum ataupun diskon yang di dasarkan kepada keperluan strategis.

2) Via

Reseller Via menjelaskan bahwa pemberian sistem diskon oleh Ms Glow Afin juga memberikan peluang besar bagi para reseller dalam memperoleh manfaat. hal tersebut Via ungkapkan dalam wawancaranya sebagai berikut:

Kalau terkait itu tentu ada mbk, karena dengan adanya diskon para reseller bisa menghemat 2 kali, selain mendapat potongan harga reseller kita juga mendapat diskon promo yang diberlakukan, meski tidak banyak namun hal tersebut tentu berpengaruh.⁸⁴

Dengan adanya manfaat yang diterima oleh para reseller secara tidak langsung memperkuat hubungan mitra kerja yang dibangun dalam sistem penjualan Ms Glow Afin. Via juga menjelaskan lebih lanjut terkait manfaat yang reseller terima dalam pelaksanaan sistem promo. Sebagaimana yang Via ungkapkan:

“kalau dalam hal promosi tentu sangat baik mbak, ada diskon rutin mingguan dan bulanan dan hari besar, hal ini memberikan dampak yang baik bagi kita. Dengan promo/diskon sangat membantu reseller mencapai target yang lebih baik. karena adanya diskon itu orang-orang yang biasanya beli 1 produk bisa-bisa beli 2 atau lebih.⁸⁵

Dampak utama yang ingin dicapai dengan diberlakukannya sistem diskon adalah menarik daya beli para costumers, hal tersebut

⁸⁴ Via, *Wawancara*, Probolinggo, 21 Agustus 2022

⁸⁵ Via, *Wawancara*, Probolinggo, 21 Agustus 2022

jelas merupakan tujuan utama dari pemberlakuan sistem diskon.

Hal tersebut senada dengan tambahan penjelasan Via yang mana:

Relatif ada mbk, karena memang banyak costumer yang menunggu diskon, bahkan ada yang gak segan bertanya kapan kiranya ada diskon gitu, sehingga memang diskon itu di tunggu adanya.⁸⁶

Dari penjelasan reseller Via dapat ditarik pemahaman bahwa secara tidak langsung pemberlakuan sistem diskon, memberikan implikasi dua sisi dalam hal kemitraan. Selain itu, pemberlakuan sistem diskon menjadi satu point yang di harapkan oleh para costumer yang sudah merasakan manfaat dari produk Ms Glow.

3) Utami

Reseller Utami menjelaskan bahwa sistem diskon merupakan strategi pendekatan yang sering digunakan dalam menarik minat para costumer. Hal tersebut diungkapkan oleh Utami dalam pernyataannya sebagai berikut:

Ya ada mbk, karena ketika ada diskon tersebut kita para reseller juga melakukannya, sehingga banyak pembeli baru yang datang untuk beli, bahkan pernah sampai malam masih ada yang melakukan pembelian.⁸⁷

Utami juga menjelaskan, bahwa dengan pemberian sistem diskon dalam sistem penjualan memberikan peningkatan dalam hal pembelian baik oleh costumer maupun oleh reseller. Hal itu diutarakan oleh Utama bahwa:

⁸⁶ Via, *Wawancara*, Probolinggo, 21 Agustus 2022

⁸⁷ Utami, *Wawancara*, Probolinggo, 21 Agustus 2022

Alhamdulillah mbk, berkat adanya pola diskon, jumlah pembeli memang ada peningkatan, namun hal ini menjadi kebiasaan para reseller, yang mana banyak yang menunggu adanya diskon untuk membeli produknya, sehingga diskon itu sebagai tuntutan bagi para penjual.⁸⁸

Selanjutnya, Utami juga menambahkan terkait beberapa manfaat yang diberikan ketika diberlakukannya sistem diskon di Ms Glow Afin. Utami menambahkan bahwa:

Tentu ada mbk, dengan adanya diskon banyak awalnya hanya konsultasi tapi tidak bisa beli akhirnya bisa beli, dan hal itu tentu menjadi hal yang ditunggu-tunggu oleh para customer.⁸⁹

Dengan demikian, dari wawancara dengan Utami memberikan pemahaman bahwa peningkatan dalam penjualan juga dipengaruhi oleh adanya sistem diskon yang diberikan oleh pihak penjual produk. Sehingga permainan sistem diskon ini perlu dan menjadi satu strategi dalam menjalankan sistem penjualan.

4) Decha

Reseller Decha memberikan penjelasan bahwa terkait sistem diskon yang dijalankan oleh Ms Glow Afin memberikan manfaat lebih bagi para reseller yang berada dalam kategori mahasiswa. Hal tersebut Decha utarakan:

Yang saya rasakan itu ada mbk, karena dengan adanya promo, kita para reseller juga memperoleh manfaat dalam penjualan produk, apa lagi customer saya kebanyakan dari mahasiswa dan anak sekolah yang mayoritas masih meminta kepada orang tua terkait itu.⁹⁰

⁸⁸ Utami, *Wawancara*, Probolinggo, 21 Agustus 2022

⁸⁹ Utami, *Wawancara*, Probolinggo, 21 Agustus 2022

⁹⁰ Decha, *Wawancara*, Probolinggo, 25 Agustus 2022

Lebih lanjut lagi, Decha juga menambahkan bahwa:

Selain berpengaruh kepada customer, juga memiliki pengaruh kepada para reseller seperti kita mbk, karena ketika Distributor memberlakukan diskon otomatis kita bisa membeli barang yang agak banyak untuk disimpan sebagai stok.⁹¹

Dengan adanya sistem diskon dari Ms Glow Afin, para reseller memperoleh manfaat dalam hal pembendaharaan stok produk, sehingga ketika pasar naik para reseller tidak kehabisan produk, utamanya dalam produk-produk tertentu. Sebagaimana yang Decha utarakan bahwa:

Kalau terkait perbedaan itu ada mbak. Utamanya produk yang laris. kayak whitening, ini yang sering cepat habis saat ada promo, apalagi para pelanggan yang sudah hafal jadwal promonya, pasti pesen paling awal mbk.⁹²

Dengan demikian, wawancara Decha memberikan penguatan penjelasan bahwa dengan adanya sistem diskon memiliki manfaat yang banyak, baik secara kemitraan sistem penjualan maupun minat beli dari para customer.

5) Putri Wulandari

Putri merupakan salah satu reseller Ms Glow Afin juga memberikan penjelasan yang sama terkait manfaat dari diberlakukannya sistem diskon dari Ms Glow Afin. Hal tersebut

Putri samapaikan bahwa:

Ada mbk, bahkan kalau bisa tiap hari harus ada promo mbk, karena customer sekarang itu banyak suka promo, apa

⁹¹ Decha, *Wawancara*, Probolinggo, 25 Agustus 2022

⁹² Decha, *Wawancara*, Probolinggo, 25 Agustus 2022

lagi terkait produk kecantikan, adanya promo dan diskon itu sangat dinantikan sama customer.⁹³

Putri juga menambahkan pernyataan yang sama dengan pernyataan Decha, bahwa keberadaan sistem diskon yang diberikan oleh Ms Glow Afin memberikan manfaat juga kepada para reseller untuk melengkapi dan memperbanyak jumlah produk yang hendak mereka jual lagi. Hal tersebut disampaikan oleh Putri bahwa:

..adanya promo dan diskon memberikan banyak bonus bagi kami para reseller mbk, sehingga bisa menyetok barang yang banyak. Hal ini karena pada pembelian hari biasa, kami para reseller memang sudah diberikan harga miring, namun saat ada promo, harganya miring dua kali lipat, pertama karena status reseller, dan kedua karena ada promo.⁹⁴

Selanjutnya, Putri mengungkapkan bahwa sistem diskon yang dikeluarkan oleh Ms Glow Afin terbilang strategis, karena didasarkan kepada perkiraan dan moment-moment yang strategis. Sebagaimana yang diungkapkan Putri bahwa:

Daya tarik tentu ada mbk, karena pihak dari mbk Afin memiliki rancangan dan memanfaatkan momentum-momentum tertentu dalam memberikan sistem diskon. Jadi para customer lama itu bisa dipastikan beli, apa lagi saya selaku reseller, tentu juga mengambil manfaatnya dari diskon tersebut.⁹⁵

Dari wawancara reseller Putri dapat dipahami bahwa sistem diskon yang diterapkan oleh Ms Glow Afin secara tidak langsung menjadi satu pematik dan hal yang dinanti-nanti keberadaannya oleh para customer lama dan penarik kepada customer baru. Selain

⁹³ Putri Wulandari, *Wawancara*, Probolinggo, 25 Agustus 2022

⁹⁴ Putri Wulandari, *Wawancara*, Probolinggo, 25 Agustus 2022

⁹⁵ Putri Wulandari, *Wawancara*, Probolinggo, 25 Agustus 2022

itu pemberian sistem diskon tersebut juga memiliki perencanaan yang baik dan terjadwal dengan basis momentum-momentum yang sangat dinanti-nanti oleh para costumer.

c. Costumer Ms Glow Afin Probolinggo

1) Tiwi Fadillah

Costumer Tiwi memberikan penjelasan bahwa salah bentuk sistem penjualan melalui sistem diskon di Ms Glow Afin dimaksimalkan pada media sosial sebagai perantara penyampaianya di kalangan costumer. Hal tersebut di sampaikan oleh Tiwi bahwa:

Kalau itu bisa di lihat melalui media sosial mbk, kan saya mengikuti media dari Ms Glow Afin, jadi ya selalu update terkait ada dan tidaknya mbk.⁹⁶

Tiwi juga menjelaskan bahwa selain dari pemberian sistem diskon, sistem penjualan yang meyakinkan baik kualitas produk dan pelayanan juga memberikan indikasi ketertarikan konsumen untuk membeli. Hal tersebut Tiwi jelaskan:

“Saya suka membeli produk ini itu yang pertama karena produknya kak, dan kedua penjual mengatakan selalu ada pengiriman COD dan itu gratis, jadi saya membelinya.”⁹⁷

Selanjutnya, Tiwi menambahkan bahwa dengan adanya sistem diskon memang dapat menarik costumer, namun tentunya hal tersebut berkaitan dengan costumer baru. Sedangkan costumer

⁹⁶ Tiwi Fadila, *Wawancara*, Jember, 28 Agustus 2022

⁹⁷ Tiwi Fadila, *Wawancara*, Jember, 28 Agustus 2022

yang lama belum tentu. Sebagaimana yang diutarakan oleh Tiwi bahwa:

Relatif melihat kebutuhan sih mbak, kalau memang banyak yang habis atau hampir habis itu ya beli agak banyak mbk, untuk menutupi kekurangan itu mbk, karena memang kebutuhannya itu, di samping harus hemat gitu.⁹⁸

Dari penjelasan Tiwi memberikan pemahaman bahwa permainan diskon memang semakin efektif dipadukan dengan sistem penjualan dengan metode online. Kemudian selain sistem diskon, pelayanan toko juga menjadi faktor pendukung orang tertarik untuk membeli produk atau tidak.

2) Ahya Annisa

Costumer Ahya menjelaskan terkait sistem diskon yang dijalankan oleh Ms Glow Afin bahwa:

Adanya diskon bisa di prediksi sih sebenarnya mbk, kayak hari besar itu pasti ada, terus moment-moment tertentu kayak 12.12 itu, dan banyak lagi, tapi kalau mengikuti medianya pasti tau mbk kalau ada promo.⁹⁹

Penjelasan Ahya memberikan pemahaman bahwa sistem diskon merupakan sistem diskon yang dijalankan berbasis momentum. Hal ini tentu berkaitan dengan peluang pasar yang ada ketika momentum tersebut. Adanya peluang pasar tersebut dikuatkan dengan harga dan kualitas produk yang dijual. Hal tersebut diutarakan oleh Ahya bahwa:

saya membelinya itu karena harganya lebih murah kak dan toko ini memiliki kartu anggota yang ditampilkan di

⁹⁸ Tiwi Fadila, *Wawancara*, Jember, 28 Agustus 2022

⁹⁹ Ahya Annisa, *Wawancara*, Jember, 28 Agustus 2022

Instagram, sehingga tidak khawatir dengan keaslian produknya.¹⁰⁰

Ahya juga menjelaskan bahwa sebagian costumer memang memanfaatkan sistem diskon sebagai media pembelian produk, karena memiliki harga yang relatif lebih bersifat ekonomis. Sebagaimana yang di jelaskan Ahya bahwa:

Kalau saya pribadi belinya produk itu ketika ada promo saja mbk, jadi kalau ditanya itu ya pasti, karena saya termasuk golongan yang menunggu adanya promo untuk membeli produk Ms Glow ini.¹⁰¹

Dari wawancara Ahya diatas memberikan pemahaman bahwa sistem diskon yang diberikan dengan basis momentum haruslah memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, karena ketika berbasis momentum hal yang terjadi adalah semua produk juga melakukan sistem tersebut.

3) Ovilliyen Nur Misya

Costumer Ovilliyen menjelaskan bahwa diskon dan promo

menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi sebagian costumer, sehingga cenderung menunggu adanya promo ketika hendak membeli produk. Hal tersebut disampaikan oleh Ovilliyen bahwa:

Saya tau kalau ada promo biasanya di kasih tau teman-teman mbk, karena teman saya itu paling update kalau terkait promo-promo kayak gitu, jadi saya tinggal menunggu. Tp sebenarnya di media sosialnya selalu di update terkait info terkait diskon tersebut mbk.¹⁰²

Lebih lanjut, Ovilliya menambahkan pernyataan yang sama bahwa:

¹⁰⁰ Ahya Annisa, *Wawancara*, Jember, 28 Agustus 2022

¹⁰¹ Ahya Annisa, *Wawancara*, Jember, 28 Agustus 2022

¹⁰² Ovilliyen Nur Misya, *Wawancara*, Jember. 01 September 2022

“Saya itu selalu menunggu promo di toko Ms Glow Afin ini kak, karena saat ada promo diskon itu saya bisa beli agak banyak barang. Karena ya itu kak, saya kan masih belum kerja, masih sekolah jadi untuk keperluan perawatan kulit salah satunya dengan menunggu promo, apalagi produk yang dijual di toko Ms Afin asli ya jadi enak dapat harga yang lebih murah.¹⁰³

Ovillyan juga menjelaskan bahwa selain memberikan daya tarik, sistem diskon juga memberikan tambahan tingkat kepercayaan kepada costumer lama dan menarik costumer baru.

Hal tersebut disampaikan oleh Ovillyan bahwa:

Lebih ke pelayanan yang baik dan memuaskan kepada pelanggan mbk, soalnya kan awalnya memang saya pertama melihat produk ini di toko ini kok murah, kemudian saya beli dan ternyata produknya asli.¹⁰⁴

Dengan demikian, sistem diskon memegang peranan yang baik dalam menjaga siklus penjualan. Akan tetapi sistem diskon juga memerlukan strategi yang baik, sehingga tidak merugikan kepada pelaku usaha itu sendiri karena terlalu sering mengeluarkan diskon.

4) Riski Awalia

Riski merupakan salah satu costumer dari Ms Glow Afin memberikan penjelasan terkait pola penyebaran informasi sistem diskon, ia mengatakan bahwa:

...ya yang pasti pertama dari media sosial mbk, di lain sisi juga ketepatan saya dekat dengan rumah mbak afin, jadi ketika ada promo di statusnya saya datang langsung ke

¹⁰³ Ovillyan Nur Misya, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

¹⁰⁴ Ovillyan Nur Misya, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

rumahnya mbk. Kalau enggak ya minta anterin ke rumah mbk, hehe.¹⁰⁵

Melalui pemanfaatan media yang baik, informasi terkait sistem diskon dapat tersampaikan kepada customer, baik itu customer baru maupun customer yang lama. Selanjutnya, Riski menambahkan bahwa:

Kalau saya pribadi lebih condong karena dekat ya mbk, jadi gak perlu nunggu lama gitu, kualitasnya baik dan dekat dengan rumah, terus di tambah lagi pas ada promo. Jadi serasa lengkap gitu mbk.¹⁰⁶

Riski juga menjelaskan bahwa melalui sistem diskon Ms Glow Afin memberikan kesempatan kepada orang lain yang tidak memiliki kesempatan untuk membeli menjadi mampu untuk membeli. Hal tersebut disampaikan Riski:

Kalau saya sih ada mbk, karena ketika ada promo itu beli yang agak banyak, produknya bisa saya kasihkan kepada ibu saya mbk, atau adik saya gitu. Karena selain untuk kecantikan kan memang bertujuan sebagai perawatan kulit mbk.¹⁰⁷

Dengan demikian, penjelasan Riski memberikan pemahaman bahwa secara garis besar sistem diskon memberikan daya jual yang banyak, namun hal tersebut juga berjalan dengan skala musiman.

5) Vina Nur Aini

Vina juga salah satu customer Ms Glow Afin menjelaskan bahwa sistem diskon pada dasarnya dijalankan melalui pendekatan

¹⁰⁵ Riski Awalia, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

¹⁰⁶ Riski Awalia, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

¹⁰⁷ Riski Awalia, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

media sosial, utamanya media sosial berbentuk toko online, ataupun market online. Hal tersebut disampaikan Vina bahwa:

Terkait adanya diskon biasanya saya tahunya dari status wa mbk afin mbk, kan saya save nomornya. Meski kadang sering saya skip karena banyaknya status dari mbknya. Tp mesti muncul lagi beberapa hari setelahnya gitu.¹⁰⁸

Selanjutnya, Vina juga menjelaskan bahwa sistem diskon Ms Glow Afin juga di kelola dengan pendekatan yang baik, sehingga hal ini memberikan dampak yang baik pula terhadap keberlangsungan penjualan produk. Berikut ungkapannya:

„yang saya sukai berbelanja ke mbk Afin itu karena tidak mudah dan mempermudah bagi pembeli mbk, artinya kan biasanya ada penjual itu yang hanya melayani lewat aplikasi toko online saja, gak mau lewat wag itu. nah di mbk afin ndak, begitu saya komen diwa dia pesen ini bisa langsung di antarkan ke rumah saya. Jadi lebih mudah gitu mbk.¹⁰⁹

Vina juga menjelaskan bahwa, ada dan tidaknya diskon tidak memiliki pengaruh yang besar bagi kalangan costumer yang “memang sudah cocok” dengan produk kecantikan Ms Glow.

karena bagi mereka hal tersebut sudah menjadi kebutuhan. sebagaimana penjelasannya bahwa:

Kalau saya sih melihat kebutuhan ya mbk, kalau memang pas habis ya beli meskipun ada dan tidaknya promo, karena saya memiliki mobilitas tinggi mbk, sehingga di perlukan perlakuan lebih bagi kulit saya, untuk menjaga kesehatan kulit saya harus tetap di jaga.¹¹⁰

¹⁰⁸ Vina Nur Aini, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

¹⁰⁹ Vina Nur Aini, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

¹¹⁰ Vina Nur Aini, *Wawancara*, Jember, 01 September 2022

Dengan demikian, wawancara costumer Vina memberikan pemahaman bahwa memang ada sebagian costumer membutuhkan diskon untuk membeli satu produk kecantikan, namun juga ada sebagian lain yang tidak menunggu adanya diskon untuk membeli produk tersebut.

C. Pembahasan Temuan

1. Sistem Penjualan Produk Ms Glow Oleh Ms Glow Afin Di Probolinggo

a. Owner Ms Glow Afin Probolinggo

Pengelola Ms Glow Afin Probolinggo yang dalam hal ini Alfin Munawaroh selaku ownernya menjalankan bisnisnya dengan dua bentuk media penjualan, yakni penjualan *Online* dan *Offline* serta memiliki sistem yang tertata, hal ini terbukti dengan adanya perencanaan penjualan produk, teknik pemasaran dan promosi, hingga pengembangan usaha melalui perekrutan reseller.

Dalam temuannya dengan teori, sistem penjualan yang berlangsung pada usaha Ms Glow Afin Probolinggo dijalankan dalam beberapa bentuk penjualan yang selaras dengan pembagian jenis penjualan menurut Murthy Sumarni dalam bukunya *Marketing Mix and Selling Customer Loyalty* yakni penjualan langsung dan penjualan tidak langsung.¹¹¹ Penjualan langsung yang berjalan di Ms Glow Afin berbentuk toko official Ms Glow Afin yang berada di kecamatan Kraksan kabupaten Probolinggo, sedangkan jenis penjualan tidak

¹¹¹ Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan*, 321.

langsung yang dijalankan melalui penjualan toko official media shop seperti toko official ig @msglow_afin, official tiktok @msglow.afin, shopee @msglow.afin11, facebook @ Msglow Afin.

Sedangkan sistem penjualan Ms Glow Afin yang dibaca melalui kaca analisis teori Basu Swasta dalam bukunya “Manajemen Penjualan” terkait jenis penjualan yang populer di kalangan orang, maka sistem penjualan Ms Glow Afin dikategorikan sebagai berikut:

- b. *Trade selling*, yang dijalankan melalui sistem reseller oleh yang ikut mengambil produk di Ms Glow Afin untuk diperjual belikan lagi. Hal ini sejalan dengan pengertian trade selling bahwa jenis penjualan ini berbentuk penjualan yang terjadi ketika produsen dan pedagang grosir mengizinkan pengecer untuk meningkatkan distribusi produknya yang perjalanannya memfokuskan pada penjualan melalui pedagang daripada menjual ke pembeli akhir.¹¹²
- c. *Technical Selling*, yakni penjual berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan saran dan bimbingan kepada pembeli akhir barang dan jasa.¹¹³ Hal ini dijalankan oleh Ms Glow Afin melalui penyediaan ruang konsultasi yang diberikan sebelum melakukan pembelian produk, serta pengadaan fasilitas informasi terkait produk-produk yang hendak di jual.

¹¹² Basu Swastha, dan Irawan, Manajemen Penjualan, 47.

¹¹³ Basu Swastha, dan Irawan, 47.

b. Reseller Ms Glow Afin Probolinggo

Secara garis besar, sistem penjualan yang ada di Ms Glow Afin Probolinggo dalam kacamata reseller dijalankan dalam pola-pola yang bertujuan untuk senantiasa saling menjaga keuntungan antara kedua belah pihak. Hal tersebut di wujudkan dengan penanaman rasa saling kepercayaan dan kerjasama yang baik antara pihak Ms Glow Afin dan para resellernya. Hal tersebut selaras dengan apa yang dikatakan Philip Kotler, diterjemahkan oleh Ronnie A. Rusley dan Hendra dalam Marketing Management, konsep penjualan adalah sebagai berikut: "Penjualan adalah proses manajemen sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dan berbagi produk berharga dengan pihak lain".¹¹⁴

Sistem penjualan yang selanjutnya adalah pihak pengelola Ms Glow Afin tidak memberikan target penjualan secara khusus kepada para resellernya, yang mana hal tersebut memberikan dampak yang lebih tidak mengikat kepada para reseller. Sehingga sistem ini membuat para reseller lebih fleksibel dalam mengelola waktu penjualannya.

c. Costumer Ms Glow Afin Probolinggo

Para customer menjelaskan bahwa sistem penjualan yang ada di Ms Glow Afin Probolinggo pada dasarnya merupakan bentuk penjualan yang mencoba selalu memberikan pelayanan yang terbaik,

¹¹⁴ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008), 8.

dengan memberikan ruang konsultasi baik secara manual langsung maupun media sosial. Sehingga pada dasarnya sistem penjualan ini menganut madzhab sistem penjualan langsung dan tidak langsung. Penjualan langsung sendiri merupakan bentuk penjualan yang bertujuan memfasilitasi pembeli barang jasa yang dilakukan secara langsung melalui komunikasi personal pribadi. Sedangkan penjualan tidak langsung berbentuk penyajian ruang yang mana ruang tersebut dapat mewakili promosi gagasan tentang barang atau jasa yang akan di jual.¹¹⁵

Selanjutnya sistem penjualan yang dilakukan juga menerapkan pendekatan-pendekatan emosional dalam meningkatkan rasa kenyamanan para pembeli, yang mana sistem penjualan dapat menarik daya beli produk Ms Glow. hal ini dilakukan dengan pendekatan emosional berbasis konsultasi serta pemberian arahan terkait masalah-masalah kulit yang sedang dihadapi oleh calon customer atau pelanggan lama. Dalam komparasi teorinya, sistem penjualan yang dilakukan seperti ini digolongkan dalam pola penjualan *responsive Selling*. Sistem penjualan ini berarti bahwa setiap penjual berharap dapat menanggapi pertanyaan pembeli melalui kontrol perutean dan pengikatan. Jenis pemasaran ini tidak menghasilkan penjualan besar, tetapi hubungan pelanggan yang baik menyebabkan pembelian berulang.¹¹⁶

¹¹⁵ Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan*, 321.

¹¹⁶ Basu Swastha, dan Irawan, *Manajemen Penjualan*, 47.

2. Sistem Diskon Dalam Meningkatkan Jumlah Customer Pada Jual Beli Produk Ms Glow Oleh Ms Glow Afin Di Probolinggo

a. Owner Ms Glow Afin Probolinggo

Alfin Muawarah menjelaskan bahwa Dalam menjalankan penjualannya, Ms Glow Afin Probolinggo menerapkan beberapa jenis sistem diskon yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik para customer. Sistem diskon tersebut terbilang ada beberapa bentuk yakni diskon harga, diskon musiman, dan diskon bonus.

Diskon harga dioperasikan Owner dengan menggunakan pola diskon sebanyak 11% pada produk-produk tertentu sebagaimana ketentuan dari perusahaan Ms Glow, serta menambahkan diskon 10% pada semua produk di semua pembeliannya. Hal inilah yang dilakukan oleh Ms Glow Afin Probolinggo dalam menjalankan sistem diskon baik kepada customer dan kepada resellernya yang hendak menjual produk itu lagi. Pola diskon harga seperti ini dalam teori disebut

Diskon potongan harga atau yang biasa disebut sebagai diskon tunai, yakni diskon yang berupa penurunan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya.¹¹⁷

Ms Glow Afin juga memberikan diskon musiman yang diwujudkan penurunan harga yang diberikan ketika musim-musim tertentu, seperti *big sale ramadan*, tahun baru, serta musim promo lain yang ada. Hal tersebut sejalan dengan penjelasan terkait promo miasma

¹¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, 104.

yang mana merupakan penurunan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa di luar musimnya. Diskon musiman memungkinkan penjual menurunkan harga ketika berada pada event-event tertentu.¹¹⁸

Diskon selanjutnya adalah diskon bonus, yang mana merupakan diskon yang diberikan kepada customer yang melakukan transaksi pembelian dengan batas yang telah ditetapkan, dalam pemberiannya Ms Glow Afin memberikan diskon bonus lebih seringnya kepada reseller yang telah memenuhi target penjualan produk Ms Glow.

Dengan penerapan sistem diskon yang ada di Mas Glow Afin Probolinggo memberikan beberapa manfaat yang berkaitan dengan daya tarik pembeli. Baik minat beli para customer dan minat beli dari para reseller meningkat ketika adanya promo. Namun hal ini bersifat relatif dengan melihat musim dan siklus pasar itu sendiri.

b. Reseller Ms Glow Afin Probolinggo

Secara kumulatif terdapat beberapa pemahaman dari penjelasan para reseller terkait sistem diskon yang dikelola oleh Ms Glow Afin Probolinggo. Bahwa sistem diskon yang diterapkan oleh Ms Glow Afin secara tidak langsung menjadi satu pemicat dan hal yang dinanti-nanti keberadaannya oleh para customer lama dan penarik kepada customer baru. Hal ini sejalan dengan apa yang menjadi tujuan dari adanya sistem dari diskon itu sendiri, bahwa tujuan dari sistem adalah

¹¹⁸ Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, 103.

kondisi atau hasil yang harus dicapai sistem dalam jangka waktu yang lama. Dalam hal ini, tahapan merupakan hasil dari setiap langkah yang mendasari upaya untuk mencapai tujuan.¹¹⁹

Syariat Islam membolehkan potongan dalam transaksi jual beli, potongan harga atau diskon adalah sah dalam syariat selagi berbentuk satu kebaikan hati dan tanda terima kasih penjual kepada pembeli ataupun karena alasan-alasan tertentu selama itu tidak dilarang.¹²⁰ Dalam pemberian diskon, Ms Glow Afin memberikan manfaat secara tidak langsung berjalan 2 sisi implikasi manfaat, yakni memberikan implikasi dua sisi dalam hal kemitraan. Baik bagi para reseller, yang mana diskon dari Ower Ms Glow Afin memberikan celah juga bagi para reseller untuk ikut memainkan peran diskon di pasar-nya sendiri. serta para costumer. Dan tentunya bagi pihak Ms Glow Afin itu sendiri.

Keberhasilan dalam menarik pembeli, berkaitan erat dengan sistem diskon yang diberikan oleh Ms Glow Afin sehingga mempengaruhi kepada lebih banyaknya minat beli costumer. Selain itu, peningkatan dalam penjualan juga dipengaruhi oleh adanya sistem diskon yang diberikan oleh pihak penjual produk (reseller) yang juga ikut dalam melakukan permainan diskon. Sehingga pemberlakuan sistem diskon menjadi satu point yang di harapkan oleh para costumer yang sudah merasakan manfaat dari produk Ms Glow. akan tetapi

¹¹⁹ Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, 166.

¹²⁰ Sami As Suailim, "Konsultasi Syariah www.Islamtoday.com." Dikutip pada tanggal 10 April 2017 pukul 13.00 wib.

permainan sistem diskon ini perlu satu strategi dalam menjalankan sistem. Hal ini dikarenakan pemberian sistem diskon tersebut juga harus memiliki perencanaan yang baik dan terjadwal dengan basis momentum-momentum yang sangat dinanti-nanti oleh para customer.

c. Customer Ms Glow Afin Probolinggo

Pemberian sistem diskon kepada para customer pada dasarnya berkaitan dengan pemberian apresiasi terhadap daya beli customer. Karena memang ada sebagian customer membutuhkan diskon untuk membeli satu produk kecantikan, namun juga ada sebagian lain yang tidak menunggu adanya diskon untuk membeli produk tersebut.

Customer sendiri berarti proses dimana konsumen memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.¹²¹ Customer yang setiap barang tentunya berbeda-beda dan memiliki daya beli berbasis kebutuhan yang berbeda pula, oleh karena itu pemberian sistem penjualan dan sistem diskon memiliki peranan penting dan krusial dalam setiap kegiatan penjualan. Hal ini berkaitan erat dengan ketentuan transaksi perdagangan selalu melibatkan dua belah pihak, yaitu penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli yang menerima barang.¹²²

Sistem diskon Ms Glow Afin Probolinggo dalam pemahaman customer dilakukan dengan memperhatikan faktor-faktor yang

¹²¹ Nungki Kusumawati, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Tempe", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019).

¹²² Enang Hidayat, Fiqih Jual Beli, 155.

disinyalir memiliki pengaruh terhadap daya beli produk. *Pertama* faktor budaya. Pada hal ini Ms Glow Afin sendiri berusaha memperhatikannya dengan cara memberikan diskon berbasis selera dan merek yang banyak di kenal oleh para customer. Oleh karenanya sistem diskon yang diberikan adalah basis momentum dan musiman. *Kedua* peran dan status, yang mana dalam hal ini Ms Glow Afin juga memperhatikan status para costumer Ms Glow yang terbilang lebih majemuk sehingga pemberian diskonnya pun bervariasi, mulai dari pemberian diskon bonus dengan pembelian berbasis paket maupun per produk.

Pada praktiknya, pemberian diskon oleh Ms Glow Afin Probolinggo selaras dengan ketentuan pemberian diskon. Sebagaimana dalam kitab *Dlawabithu al-tsamani wa tathbiqatuhu fi aqdil bay* disebutkan bahwa wajib tertera harga awal pada barang yang akan di diskonkan. Dengan tujuan agar pengurangan harga dapat diketahui jumlahnya. Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba.¹²³ Hal tersebut pun diberikan oleh Ms Glow Afin dengan cara yang sama dan sesuai dengan ketentuan, yakni dengan memberikan harga asal barang dan memberikan harga kedua yang merupakan harga diskon yang telah dikeluarkan oleh Ms Glow Afin Probolinggo.

¹²³ Hanafi dikutip Samir Abdun Nur Jaballahu, 103.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data temuan dan analisis data di Ms Glow Afin Probolinggo dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa:

Sistem penjualan produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo dijalankan melalui penjualan langsung dan penjualan tidak langsung dengan jenis penjualan Trade selling dan Technical Selling. Sedangkan penataan penjualan dimulai dari perencanaan penjualan produk, teknik pemasaran dan promosi, hingga pengembangan usaha melalui perekrutan reseller.

Sistem diskon dalam penjualan produk Ms Glow oleh Ms Glow Afin di Probolinggo diberikan dengan jenis diskon musiman dan diskon bonus. Dan dengan adanya diskon dalam penjualan produk Ms Glow di Ms Glow Afin tidak hanya memberikan peningkatan kepada jumlah customer, melainkan juga jumlah reseller-nya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka saran peneliti lain agar dapat mengembangkan lagi penelitian ini dengan dikaji dengan teori-teori yang lain yang lebih bisa menggali lebih dalam terkait system penjualan, sehingga tidak hanya mengkaji pola system melainkan hal yang lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, dan Dhoni J. P. “*Manajemen Bisnis Syariah*” T.Tt.
- Arsyani, A. F. 2019. “Pengaruh Potongan Harga Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)”. Skripsi: Universitas Negeri Makassar.
- Bachri, S. 2010. “Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam”. *Artikel Antologi Kajian Islam* Vol. 15 No. 1. Surabaya: IAIN Sunan AmpeL.
- Devi, I. F. 2020. “Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Dengan Sistem Diskon Di Stand Pameran (Sa-Shop) Royal Plaza Surabaya”. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Eranti, E. K. 2017. “Pengaruh Potongan Harga Pada Produk Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di UIN Raden Fatah Palembang”. Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Fitriani, E. 2019. “Jual Beli Online Masyarakat Kecamatan Lungkang Kule Kabupaten Kaur Ditinjau Dari Hukum Islam. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Ghazaly, A.R. 2010. “*Fiqih Muamalah*”. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Ginting, S. S.Br. 2019. “Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online”. Skripsi: Universitas Sumatera Utara Medan.
- Hakim, L. 2012. “*Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*”. Erlangga.
- Hidayat, E. 2015. “*Fiqih Jual Beli*”. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ikhsan, M.. 2017. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon”. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Surakarta.
- Indarjo, F. F. 2018. “Pemasaran Dengan Sistem Diskon: Studi Perlindungan Bagi Konsumen Di Matahari Departement Store, Centro Departement Store Dan Metro Departement Store Di Surakarta”. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. 2018. “*Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*”. Jember: iain Press

- Intan, N. P. Dan Marhaeni. 2015. "Pengaruh Modal Kerja, Jumlah Tujuan Negara, Jumlah Tenaga Kerja Dan Kurs Dollar Amerika Terhadap Nilai Ekspor Kerajinan Bali Di Pasar Internasional". E-Jurnal EP Unud. 8. Agustus.
- Junardi, J. 2017. "Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga (Discount) Produk Pakaian Di Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.
- KBBI Online. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumen>
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. "Manajemen Pemasaran". edisi kedua belas, jilid 2 PT Indeks. Indonesia.
- Kotler, Philip. dan Keller, K. L. 2007. "Manajemen Pemasaran". Edisi kedua belas jilid 2, cetakan pertama. Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang.
- Risky Hidayat. 2021. "Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Giant Cabang Alauddin Makassar". Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Kusumawati, N. 2019. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Tempe". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Nafarin, M. 2009. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Primadhani, E.F. 2012. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon". Skripsi: UIN Malang.
- Rahayu, D.W.S. 2019. "Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi Vol. 12 NO. 2 Tahun 2019". Blitar: Universitas Islam Balitar. (<https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas>)
- Rosda, F. T. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: penerbit Andi.
- Saputro, J. E. 2019. "Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Soemarso, S. R. 2002. "Akuntansi Suatu Pengantar". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suailim, S. A. "Konsultasi Syariah" www.Islamtoday.com. Dikutip pada Tanggal 10 April 2017 pukul 13.00 Wib.
- Suhendi, H. 2017. "Fiqih Muamalah". Depok: Rajawali Pers.

- Sumarni, M. 2003. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. dan Irawan. 1998. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Liberty.
- Syamsul Anwar. 2010. "Hukum Perjanjian Syariah (Studi Tentang Teori Akad Dalam Fiqih Muamalah)". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibawa, J. C. 2017. "Pengembangan Sistem Informasi Penjadwalan Dan Manajemen Keuangan Kegiatan Seminar Dan Sidang Skripsi/Tugas Akhir, Vol. 3 NO. 1 Tahun 2017". Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Wildinata, M. F. 2019. "Pengaruh Potongan Harga Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying". Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devani Sevti Yolanda

NIM : E20182173

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Implementasi Sistem Diskon Untuk Meningkatkan Jumlah Customer Pada Penjualan Produk Ms Glow Afin Di Probolinggo”** adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 08 November 2022

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



DEVANI SEVTI YOLANDA
NIM: E20182173

MATRIKS PENELITIAN

Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Objek Penelitian	Pendekatan	Teori	Metode Penelitian
Implementasi Sistem Diskon Untuk Meningkatkan Jumlah Customer Pada Penjualan Produk Ms Glow Afin Di Probolinggo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana sistem jual beli produk Ms Glow Afin di Probolinggo 2. Bagaimana implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer pada penjualan produk Ms Glow Afin di Probolinggo 	Usaha bisnis produk Ms Glow Afin di Probolinggo	Pendekatan kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran 2. Sistem Diskon 3. penjualan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis penelitian: deskriptif 2. Pendekatan penelitian: Kualitatif deskriptif 3. Subjek penelitian: implementasi sistem diskon di Ms Glow Afin Probolinggo 4. Lokasi penelitian: Ms Glow Afin di Probolinggo 5. Teknik pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> a. observasi b. wawancara c. dokumentasi 6. Analisis data: deskriptif 7. Validitas data: triangulasi

PEDOMAN WAWANCARA

A. Bagaimana sistem Jual beli produk Ms Glow Afin di Probolinggo?

➤ Owner Ms Glow Afin Probolinggo

1. Langkah apa saja yang anda gunakan dalam melakukan jual beli produk Ms Glow?
2. Perangkat apa saja yang anda gunakan dalam menjalankan kegiatan jual beli Ms Glow tersebut?
3. Apa yang anda lakukan untuk membuat konsumen tertarik untuk membeli produk ms Glow? dan Siapa saja yang menjadi target utama penjualan produk Ms Glow?
4. Kapan saja waktu yang anda gunakan untuk menjalankan jual beli Ms Glow?

➤ Reseller Ms Glow Afin Probolinggo

1. Hal apa yang anda ketahui terkait produk Ms Glow, yang mana hal itu menjadi daya tarik orang untuk membeli Ms Glow?
2. Apa yang menjadi alasan anda memilih produk Ms Glow sebagai produk jual beli yang anda lakukan?
3. Bagaimana sistem kerja reseller yang ditawarkan dalam Ms Glow Afin Probolinggo?

➤ Costumer Ms Glow Afin Probolinggo

1. Dari mana anda mengetahui produk Ms Glow Afin?
2. Apa yang menjadi daya tarik untuk membeli produk Ms Glow Afin Probolinggo?

3. Apa yang anda sukai dari pola penjualan yang dilakukan oleh Ms Glow Afin Probolinggo?

B. Bagaimana implementasi sistem diskon untuk meningkatkan jumlah customer pada penjualan produk Ms Glow Afin di Probolinggo?

➤ Owner Ms Glow Afin Probolinggo

1. Dalam menjalankan jual beli produk, apakah terdapat permainan diskon yang anda lakukan dalam jual beli tersebut? Diskon apa sajakah itu!
2. Selama menjalankan sistem diskon, perubahan apa yang paling terasa dalam sistem jual beli tersebut?
3. Kapan sistem diskon tersebut anda berikan dalam penjualan produk Ms Glow? Setiap saat atau berbasis moment!

➤ Reseller Ms Glow Afin Probolinggo

1. Apakah ada daya tarik dengan pola diskon yang dikeluarkan dalam penjualan produk Ms Glow Afin utamanya bagi reseller?
2. Bagaimana pengaruh sistem diskon dalam penjualan Ms Glow bagi para reseller?
3. Apa ada perbedaan penjualan bagi para reseller ketika pemberlakuan sistem diskon dan tidak?

➤ Costumer Ms Glow Afin Probolinggo

1. Dari mana anda (costumer) mengetahui ada dan tidaknya promo dan diskon pada penjualan Ms Glow Afin Probolinggo?

2. Apa yang anda (costumer) sukai dari bertransaksi pembelian produk di Ms Glow Afin Probolinggo?
3. Ketika ada program diskon dan promo, apa ada upaya pembelian lebih terhadap produk Ms Glow Afin dibandingkan dengan tidak adanya program diskon?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

IMPLEMENTASI SISTEM DISKON

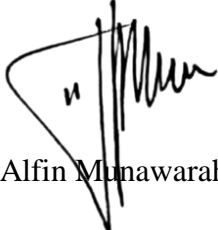
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH CUSTOMER

PADA PENJUALAN PRODUK MS GLOW AFIN DI PROBOLINGGO

NAMA : DEVANI SEVTI YOLANDA
NIM : E20182173

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1	03 Juni 2022	Wawancara dengan Bu Alfin Munawarah selaku owner Ms Glow di Probolinggo	
2	03 Juni 2022	Wawancara dengan Decha selaku Reseller Ms Glow Afin	
3	03 Juni 2022	Wawancara dengan Utami selaku Reseller Ms Glow Afin	
4	19 Juni 2022	Wawancara dengan Wulan selaku Reseller Ms Glow Afin	
5	19 Juni 2022	Wawancara dengan Via selaku Reseller Ms Glow Afin	
6	19 Juni 2022	Wawancara dengan Putri Wulandari selaku Reseller Ms Glow Afin	
7	10 Juli 2022	Wawancara dengan Tiwi Fadilah selaku Customer Ms Glow Afin	
8	10 Juli 2022	Wawancara dengan Ahya Annisa selaku Customer Ms Glow Afin	
9	15 Agustus 2022	Wawancara dengan Ovilliyen Nur Misya selaku Customer Ms Glow Afin	
10	15 Agustus 2022	Wawancara dengan Risky Awalia selaku Customer Ms Glow Afin	
11	15 Agustus 2022	Wawancara dengan Avina selaku Customer Ms Glow Afin	

Yang Menyatakan,
Owner Ms Glow Afin



Alfin Munawarah

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfin Munawarah
Jabatan : Owner Ms Glow Alfin

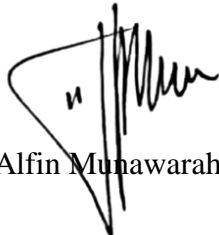
Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswi yang beridentitas:

Nama : Devani Sevti Yolanda
NIM : E20182173
Semester : VIII
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Instansi : Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Ms Glow Afin untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Implementasi Sistem Diskon Untuk Meningkatkan Jumlah Customer Pada Penjualan Produk Ms Glow Afin Di Probolinggo”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya

Mengetahui, 19 Oktober 2022
Owner Ms Glow Afin


Alfin Munawarah

DOKUMENTASI PENELITIAN



Dokumentasi: wawancara dengan Bu Alfin Munawarah selaku Owner Ms Glow Afin



Dokumentasi: wawancara dengan Decha selaku Reseller Ms Glow Afin



Dokumentasi: wawancara dengan Putri Wulandari selaku Reseller Ms Glow Afin



Dokumentasi: wawancara dengan Vina Nur Aini selaku Customer Ms Glow Afin



Dokumentasi: wawancara dengan Ovilliyann Nur Misya selaku Customer Ms Glow Afin



Dokumentasi: wawancara dengan Riski Awalia selaku Customer Ms Glow Afin



Dokumentasi: produk Ms Glow Afin

BIODATA PENULIS



1. Data Pribadi

Nama : Devani Sevti Yolanda
NIM : E20182173
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Lahir : Lumajang
Tanggal Lahir : 19 September 2000
Alamat : Dusun Krajan Timur RT 04 RW 02 Desa Jokarto
Kecamatan : Tempeh Kabupaten Lumajang
Agama : Islam
No. HP : 085335864712
Alamat Email : devanisevti.19@gmail.com

2. Riwayat Pendidikan

TK Dharma Wanita Pulo : Tahun 2006
MI Fajrul Islam 02 Pulo : Tahun 2012
MTS Putri Nurul Masyitoh Lumajang : Tahun 2015
MA Putri Nurul Masyitoh Lumajang : Tahun 2018
UIN Khas Jember : Tahun 2022

3. Pengalaman Organisasi

- a. Pramuka MTS Putri Nurul Masyitoh Lumajang
- b. Anggota Dewan Ambalan MA Putri Nurul Masyitoh Lumajang



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R